THE EUROPEAN SEAFOOD MAGAZINE

115

juin-juillet 2009
Bimestriel - Bimonthly
10 €

PdM
PRODUITS DE LA MER

DISTRIBUTION
CABILLAUD

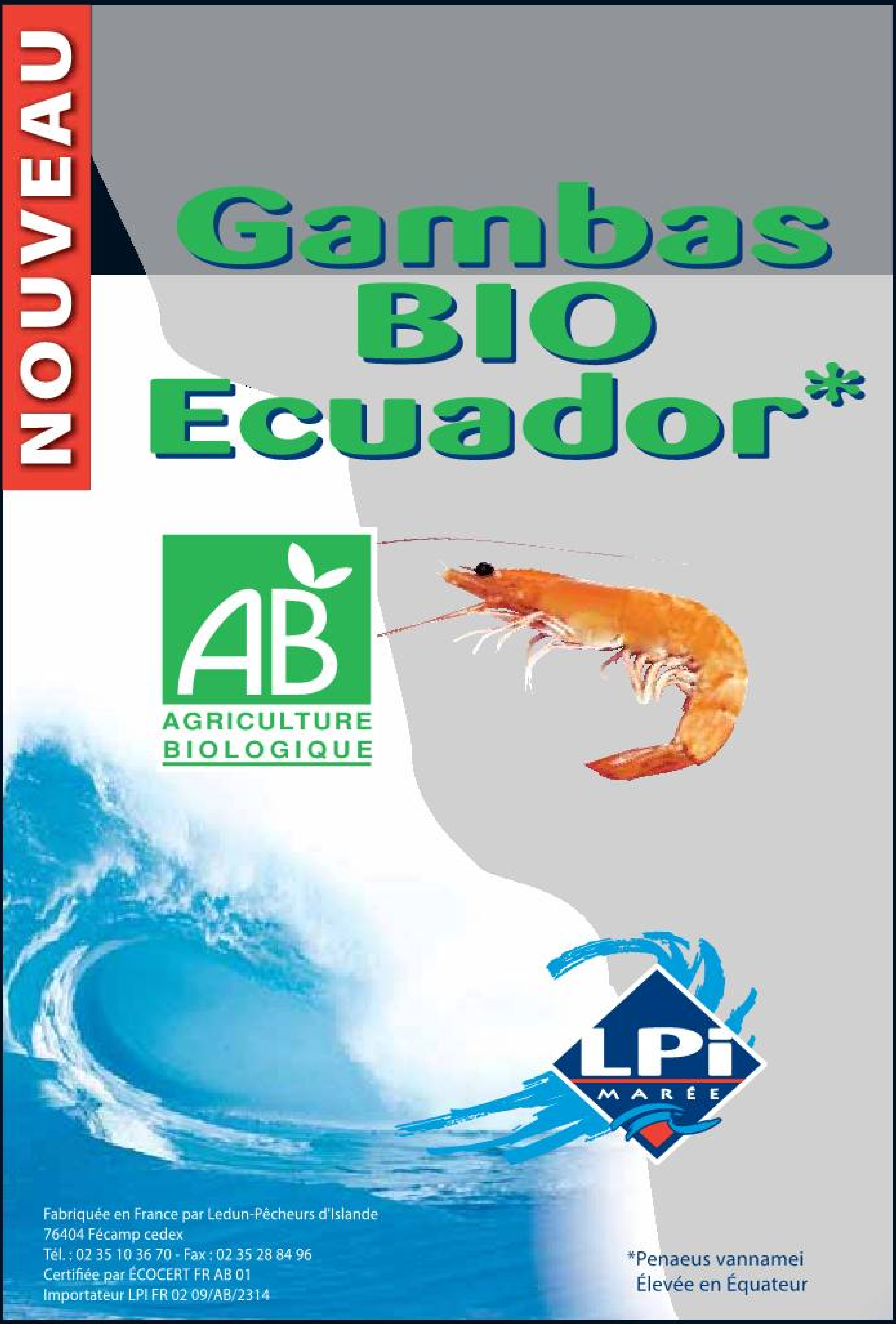
RESTAURATION
MOULES

TRANSFORMATION
SURIMI
CUISSON DE CREVETTES

NÉGOCE
ÉCOSSE

MAREYAGE
CÉPHALOPODES
FICHES : CREVETTE TIGRÉE
SAINT-PIERRE

RÉGION
PACA



Hors d'œuvre:
Des tomates cerises garnies de crevettes hollandaises aromatisées au basilic.

KLAAS PUUL
www.klaaspuul.com

DELICEMER

Bureau France : Cipal
Contact: J-Luc Paviot
jlcipal@club-internet.fr

394, Rue de Flins
78410 Bouafle

Tél: 01.30.90.46.00
Fax: 01.30.90.46.01

JUIN-JUILLET 2009 / NUMÉRO 115
JUNE-JULY 2009 / VOLUME 115

SOMMAIRE
CONTENT

ACTUALITÉS	4	**LATEST NEWS**
DISTRIBUTION		**RETAIL**
Discount sur la morue	23	Cod on sale
Vu au Seafood	32	See on the Seafood
RESTAURATION		**FOOD SERVICE**
Les moules ne connaissent pas la crise	39	Mussels, favorite shellfish
TRANSFORMATION		**PROCESSING**
Le surimi base sous tension	49	Surimi : worry over the cost of raw material
La cuisson de crevette à prix coûtant	59	Shrimps : the cost on hanging on-just !
Nouveaux matériels	68	New equipments
Rooney Fish cuit ses langoustines avec CMP	70	Rooney Fish cooks its nephrops with CMP
NÉGOCE		**TRADING**
Écosse : le saumon reste rouge	73	Scotland : salmon stays red
MAREYAGE		**FISH MERCHANT**
Imprévisibles céphalopodes	81	Cephalopods : difficult to forecast catches
Fiche crevette tigrée	89	Monodon shrimp
Fiche St Pierre	91	John Dory
RÉGION		**FRANCE**
PACA ou la Provence multicarte	93	PACA : a place with many trump cards in its hand
AGENDA	103	**EVENTS**

LA MARCHE FORCÉE

L'édition 2009 de l'European Seafood Exposium (ESE) a satisfait les professionnels. Les carnets de commandes se sont remplis. Quant au bilan : beaucoup de sérieux cette année, avec une innovation peu clinquante et la prolifération des démarches d'éco-labellisations.

« Face à la crise, pour s'en sortir, les entreprises devront innover autour d'une cuisine simple, où l'ingrédient reprend une place centrale. Son utilisation doit être plus rationnelle pour mettre en avant sa qualité et sa saveur originale », concluait Poul Éric Jakobse, PDG de PEJ Gruppen, institut scandinave des tendances de consommation, lors de son élocution à la conférence des Norvégiens, organisée la veille de l'ouverture de l'ESE.

Un message qui semblait avoir déjà été intégré par les exposants. Cette année, les nouveautés telles les bâtonnets de surimi goût kiwi, de Viciunai se faisaient rares, les industriels préférant mettre en avant, à l'instar d'Alfocan, de L & B Taspac ou de Miti, des produits 100 % naturels. D'autres, comme Vin Hoan, The Big Prawn Compagny ou Guyader Gastronomie modernisaient des classiques culinaires. *« Il faut être dans le réalisme*, nous confirmait Christian Guyader, président de la société éponyme. *Nous optimisons les choses, plutôt que de donner dans le tape à l'œil ».*

Thierry Nectoux

Beaucoup de sagesse dans les allées de l'ESE 2009 !

Mais la grande majorité affichaient leurs labels ou démarches dans le domaine du développement durable : Meralliance, la Sapmer ou encore le groupe Adrien optant pour les certifications pêche responsable orchestrées par le Bureau Veritas, d'autres comme les pêcheries du lac Victoria s'engageant dans celles de Naturland, coopérative allemande d'aquaculteurs biologiques.

Le MSC, un sésame contesté

Les standards de certification du GlobalGAP, établissant des guides de bonnes pratiques pour l'élevage du tilapia et du panga, ont été officiellement lancés à l'occasion du salon, tandis que le Seafood Choice Alliance remettait un prix à OSO, reconnaissant la société malgache comme un modèle de responsabilité…

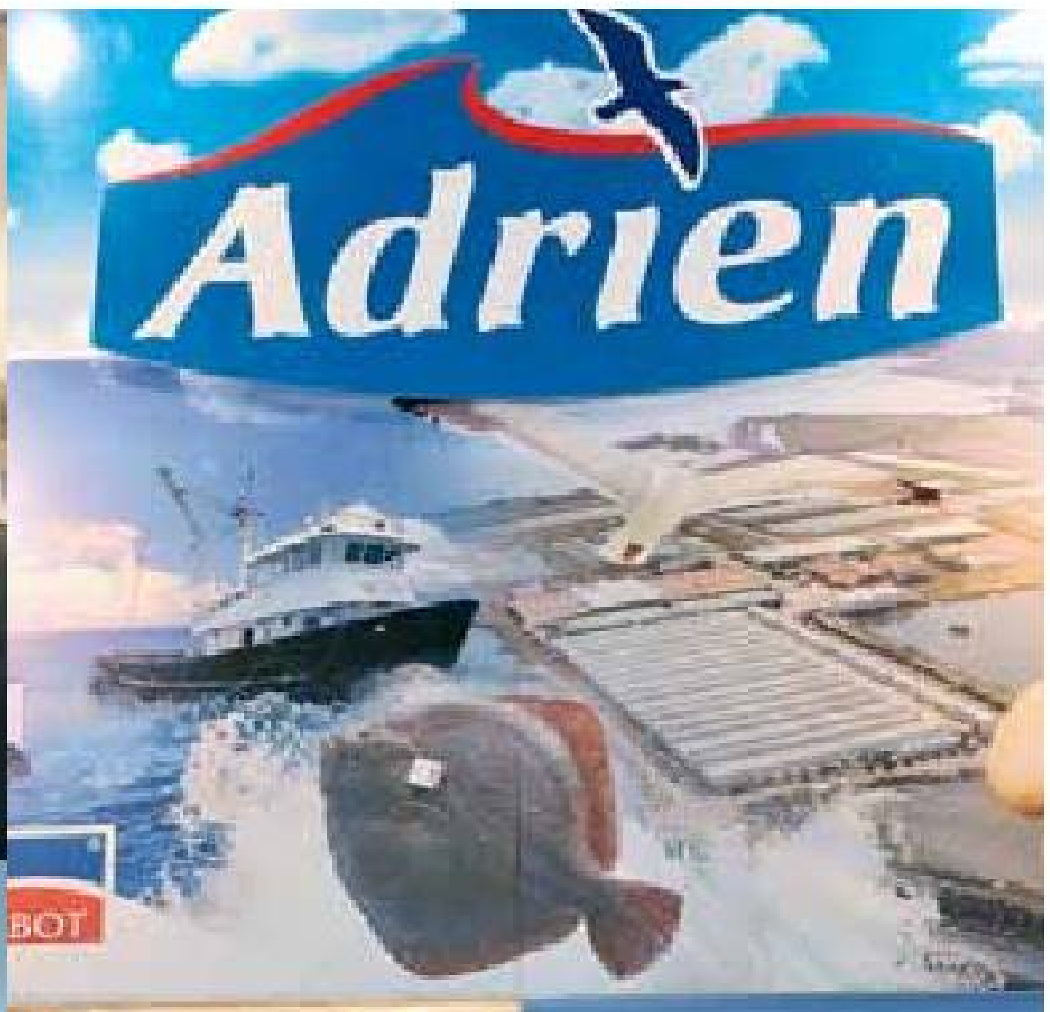
La liste est loin d'être exhaustive, tant *« le nombre de démarches de pêche responsables engagées par les distributeurs, les transformateurs et les pêcheurs frappe*, commentait Cécile Zannoni, observatrice avertie du secteur. *Mais il y a un risque de galvauder le terme et de n'en faire qu'un outil marketing ».* Reste qu'il ne faudrait pas oublier le MSC, le Marine Stewardship Council. Son logo bleu, ovale orné d'un dessin de poisson s'impose et s'appose sur les packs, barquettes et autres picouies des transformateurs ou distributeurs. Du haut de ses 10 ans, l'organisation a déjà certifié plus de 40 pêcheries, 80 sont en cours de certification et enfin selon le site internet près d'une trentaine étudieraient la question.

A priori donc le MSC suscite l'engouement. L'organisation de producteurs du saumon de Bristish Columbia en rêve pour 2009, en Nouvelle Zélande les pêcheries de St Jacques, d'albacore et de merlu viennent d'obtenir le certificat. Fin mai, le gouvernement écossais signait un accord qualifié d'historique avec le MSC pour que l'ensemble des pêcheries s'engage dans les démarches. Objectif : s'ouvrir les portes de la grande distribution et des enseignes de restauration commerciale qui souhaitent apporter au consommateur final des garanties sur l'offre de produits de la mer proposée.

L'image des pêcheurs trop souvent assimilée à des pilleurs de la mer dans les médias étant de leur point de vue un des freins à la consommation de poissons et crustacés. Et pour Wal-Mart, Whole Foods Markets, Casino, Carrefour, Sainsbury, Coop, Mc Donald, le plus connu des logos, celui qui a su se rendre crédible aux yeux des consommateurs, reste celui du MSC, soutenu par le WWF. Le succès est tel que la fondation souhaite créer un label dédié à l'aquaculture. Son nom ASC pourrait émerger courant 2010.

Pour certains trop c'est trop. Beaucoup en effet se voient contraints d'adopter le MSC, contre leur volonté, pour écouler leurs produits. *« Ils n'ont pas le choix »*, confirme Cécile Zannoni. *« Il y a des clients pour le MSC, alors on y va »*, affirment W. Visser, directeur de la Visaflag Holland Noorden et Gerard J. Van Balsfoort, de la Pelagic Freezer Trawler Association. *« D'ailleurs ce n'est pas seulement du marketing, sur certaines pêcheries, les coûts d'organisation sont importants. Même s'il est vrai que sur d'autres, les exigences communautaires sont suffisantes. Mais, de toute façon, il est trop tard pour un éco-label européen ».* Aux États-Unis, la filière saumon d'Alaska, qui a obtenu la première certification MSC, se rebelle et envisage de ne pas repayer pour réobtenir le logo. Mais c'est en France, que le MSC est particulièrement

VERS LES ÉCO-LABELS



Sous l'égide de Chris Ninnes, directeur général délégué du MSC (en haut), l'éco-label s'impose. Mais un vent de contestation existe, à commencer par les pêcheries du Saumon d'Alaska (en bas). D'autres, comme le groupe Adrien (à droite) ont opté pour une certification bureau Véritas

photos : Thierry Nectoux

contesté pour son aspect qualifié de purement marketing. Les pêcheurs y vont à reculons, pestant contre le désengagement de l'Europe sur ce point. Tous reprochent au MSC son absence d'engagement social.

De fait, la vision du développement durable prôné par l'organisme ne prend en compte que la dimension environnementale, soit la préservation de la ressource. Tant pis pour les pêcheurs et les questions sociales. *« Aujourd'hui les démarches dites responsables ne portent que sur un des piliers du développement durable :* *l'écologie*, s'agace Bruno Correard, consultant au sein de la Responsable Fishing Alliance. *Or ces piliers sont au nombre de trois. Il faut ajouter le social et l'économique ».*

VERS UN STANDARD DE PÊCHE ARTISANALE

Les convictions de l'homme sont si fortes qu'il a été mandaté par le Forum Mondial des pêcheurs et travailleurs de la pêche, pour développer un standard international de pêche artisanale, qui prendra en compte toutes ses dimensions. *« Nous espérons en présenter une version finale dès le premier trimestre 2010 »*, poursuit-il.

Mais déjà la grande distribution, les acteurs de la restauration hors domicile et les négociants français ont confirmé leur intérêt pour le projet, levant les derniers doutes. Et dans les allées du Seafood, les professionnels se disaient intéressés par un label international de pêche artisanale. Il faut dire qu'avec la crise financière et économique qui aboutit à un marasme social, les consommateurs finaux ont des chances de devenir plus sensibles aux questions de conditions de vie des travailleurs de la filière pêche. Rendez-vous est pris pour l'édition 2010 de l'ESE.

Céline ASTRUC

TOO MANY ECO-LABELS ?

To overcome the problems caused by the current crisis, exhibitors of the ESE 2009 came up with very rational innovations. This year new ideas revolved around 100% natural products, variants of classical recipes or, quite simply, products with a 'green' label. As Cécile Zannoni, the well informed commentator on the sector observed : *"There were an outstanding number of ideas based around responsible management of the fishery resource, but there is a risk that this term is becoming somewhat tarnished and used merely as a marketing tool"*
This is one of the criticisms most often made of the Marine Stewardship Council (MSC), whose logo appears plastered over a whole range of packs. 'Open Sesame' for the wholesale distribution business anxious to reassure its consumers, the MSC is criticised for its lack of social commitment. *"Today the only so-called 'responsible' method appears to be based on just one of the pillars of genuine long term fishery management – ecology"*. So says Bruno Correard, consultant at the heart of the Responsible Fishing Alliance. *"But there are three such pillars – we must add 'social' and 'economic'."*
His convictions are so strong that he has been charged by the World Forum of fish Harvester & Fish workers to develop an internationally acceptable standard of artisanal fishing which will address all these matters. As he himself says : *"We hope to have the final version ready in the first quarter of 2010"*.

Bruno Vaudour

Jean Quinet, alerte sur l'assurance crédit

« L'importateur est en première ligne » estime Jean Quinet, nouveau secrétaire général du Syndicat national du commerce extérieur des produits surgelés (SNCE).

PDM.- **Beaucoup d'entreprises s'inquiètent des baisses de garanties de créances par l'assurance-crédit, quelles sont les conséquences ?**

Jean Quinet.- En réduisant de 50 % la couverture du risque client, les groupes d'assurance-crédit fragilisent le commerce. Un dossier sur deux voit son encours diminué ou supprimé. C'est grave pour nos entreprises qui perdent du chiffre d'affaires en abandonnant des marchés moins solides. En privilégiant les clients les plus solvables, les fournisseurs se trouvent davantage en concurrence et ils doivent baisser leurs marges. Cette situation est d'autant plus regrettable que les ventes de produits aquatiques surgelés résistent bien au contexte actuel.

Comment sortir de cette situation ?

L'état a voulu apporter une réponse en prenant le relais à hauteur de 50 % durant 3 mois, sur les dossiers ayant subi une baisse d'encours. Problème, c'est l'assureur qui apprécie si un dossier doit être abandonné ou s'il fait l'objet d'une baisse d'encours. Sur quels critères ? On ne sait pas. Le SNCE a tiré plusieurs fois la sonnette d'alarme auprès du ministère des Finances. Parce que le relais public actuel est insuffisant, nous avons adhéré à la Confédération générale inter-entreprises (CGI) qui regroupe d'autres importateurs de biens alimentaires. L'objectif est d'aller plus loin dans la recherche de solutions.

Quelles solutions la profession propose ?

Même si l'État prévoit une rallonge pour tenter de débloquer les choses, les assureurs restent libres arbitres et ce n'est pas satisfaisant. Nous préconisons un système qui permette à l'entreprise de s'assurer elle-même. Comment ? En mettant une partie de son chiffre d'affaires en réserve non imposable sur 2 ans. À l'État de provisionner l'absence de rentrée fiscale à hauteur de la rallonge qu'il compte apporter. L'intérêt du système est de modifier le rapport de force avec les assureurs. L'idée fait son chemin.

Constatez-vous une augmentation des fraudes sur les produits ?

Elles ont toujours existé, elles ont toujours été dénoncées et maîtrisées dès lors qu'on dispose de techniques de contrôles et d'analyse. Le problème réside dans l'arrivée de nouveaux additifs rétenteurs d'eau, interdits dans les produits de la mer non transformés. De leur côté, les fabricants européens d'additifs font pression à Bruxelles pour lever les interdictions. À défaut, ils disposent de filiales en Asie. Leur argument est : *water margin,* grâce à des additifs qui permettent de garder 7 à 10 % d'eau ! La France a porté plainte devant l'Union européenne et dans le cadre de notre observatoire des fraudes, nous avons mis en place un comité technique auquel la direction des fraudes est invitée. Nous avons maintenant des pistes pour déceler ces nouveaux additifs, en particulier les carbonates et d'autres.

Propos recueillis par Bruno VAUDOUR

MATIGNON PROVOQUE UN ACCORD PROFESSIONNEL

Les assureurs-crédit accordent un préavis d'un mois aux entreprises avant de retirer leur garantie sur un acheteur. Cet engagement est lié à l'accord établi le 12 mai à Matignon entre les assureurs (Coface, Atradius, Euler Hermes), le patronat (Medef) et la CGPME. Les assureurs devront aussi mettre à disposition des entreprises clientes de leurs assurés le montant de leur couverture et la note de solvabilité qui leur est attribuée.

Matignon a également annoncé la signature du décret d'application du complément d'assurance-crédit public (CAP), qui permettra d'apporter une garantie publique à des risques non couverts par les assureurs-crédit, à hauteur de 5 milliards d'euros.

Jean Quinet *(secrétaire général)* et Odile Texier *(présidente)*, responsables du SNCE.

Bruno Vaudour

providers
of seafood
excellence

EURO CONTACT
SEAFOOD EXCELLENT
Member of the LENGER SEAFOODS group

L'excellence, c'est aussi la confiance

Spécialiste de la crevette décortiquée crue et cuite

Nouvelle ligne de cuisson dans
notre usine de Yerseke Hollande

Pour vous,
nous recherchons l'excellence :
la meilleure source d'approvisionnement,
la meilleure production,
les meilleures certifications.
La maîtrise de la qualité des produits,
notre savoir-faire et la pérennité
de l'approvisionnement assurent
et sécurisent votre marché.
Si nous sommes leaders,
c'est sûrement parce que nous
vous offrons le meilleur.

Crevettes de pêche et d'élevage en provenance d'Inde, Indonésie,
Thaïlande, Vietnam, Costa-Rica, Guyane, Surinam

EUROCONTACT SAS
48, rue du Mont St Adrien
Résidence Wacogne, Bt A
62200 Boulogne sur Mer - FRANCE
Tél : +33 (0) 3 21 83 00 16 - Fax : + 33 (0) 3 21 30 53 59 - contact@eurocontact-sa.com

EN BREF - IN BRIEF - EN BREF - IN BRIEF

INVESTISSEMENT

LE PANIER DE LA MER S'AGRANDIT

L'association visant à transformer les invendus de poissons au profit de l'aide alimentaire tout en formant de nouveaux salariés a prévu d'investir 250 000 euros pour acquérir un atelier de mareyage à Saint-Guénolé. Financer en partie par l'État, l'association pourrait transformer près de 300 t d'invendus, contre 54 t, aujourd'hui. Enfin, le nombre de salariés en cours d'insertion professionnelle pourrait passer de 12 à 24 (CA).

CERTIFICATION

LE MANOIR AUX QUAT'SAISONS A SON MSC

Sur la très chic table du restaurant britannique dirigé par le chef étoilé Raymond Blanc, la sole et le maquereau porteront le logo du Marine Stewardship Council. Le chef, soucieux de préserver les ressources halieutiques et de garantir le mieux pour les gourmets a souhaité s'engager dans cette démarche de certification, avant tout basée, sur son sourcing (CA).

ABANDON

MARINE HARVEST LÂCHE L'ÉLEVAGE DE CABILLAUD

De source Intrafish, Marine Harvest vient de tirer un trait sur un investissement de près de 2, 5 millions d'euros en détruisant son stock de juvéniles de cabillaud. Une production jugée non viable par le groupe, comme par son concurrent Villa Organic, qui tente de vendre ses 67,1 % du capital de la ferme d'élevage Villa Cod Farm.

Lionel Flageul

PREMIÈRE

UN NOUVEAU LABORATOIRE D'ÉSIOCULTURE

L'Union des Fédérations et Associations de Pêche pour la Protection du Milieu Aquatique (U.F.A.P.P.M.A.) souhaitait démontrer que faire naître des alevins de brochets était possible un peu partout. Le pari, est réussi, puisqu'à Saint-Dizier (Haute-Marne), les œufs de brochets ont éclos, suite à une fécondation in-vitro, dans l'eau sortant de la station d'épuration. Les 2 millions d'alevins ont depuis été transportés au Lac du Der et dispersés par petits groupes, tous les 20 ou 30 m, dans 10 cm d'eau.

Mairie de Saint-Dizier

CONTRAT

AQUA ALLIANCE SIGNE AVEC WAL-MART

L'aquaculteur et transformateur de crevettes indien s'enorgueillit d'être le premier fournisseur exclusif de crevettes surgelées et fraîches du premier magasin indien de ventes en gros construit par Wal-Mart. Le contrat entre Best Price Modern Wholesale et Aqua Alliance concernent des volumes de 20 à 30 t la première année et un chiffre d'affaires d'environ 720 000 euros.

ALLIANCE |

LES OP ET LES MAREYEURS BRETONS **S'UNISSENT**

Selon *Le Marin*, l'Opob, Cobrenord, Pêcheurs de Manche Atlantique, qui réunit les organisations de producteurs From Bretagne et Proma, travailleraient de concert avec les mareyeurs Furic Ocealliance et Fipêche à réformer le système de ventes des captures de lotte, de St Pierre, mais aussi de raie ou de sardines. Des espèces sur lesquelles, elles détiennent des positions dominantes en France, sans toutefois en percevoir les bénéfices.

Pour parer au problème et stabiliser à la fois les prix et les quantités vendues, les Bretons envisagent de massifier leur offre pour faire face à la grande distribution, qui pourrait toutefois définir les cahiers des charges. Reste à savoir, si le projet verra le jour. Car quid de la fixation des prix en fonction de l'offre et la demande, si une part de la production est déjà réservée ? Quoi qu'il en soit la question est d'actualité. Un débat pour améliorer la commercialisation des produits de la mer doit avoir lieu en Basse Normandie début juin sous l'égide de son Conseil Régional. Enfin, un autre orchestré par la société centrale du Crédit Maritime, soulevait les mêmes problèmes. À savoir : *« les pêcheurs et mareyeurs français font figure d'épiciers face aux monstres de la distribution »*, soucieux de pouvoir tout planifier pour mieux réduire leurs coûts.

C.A.

Lionel Flageul

OP & BRETON WHOLESALERS UNITE

According to 'Le Marin' Opob, Cobrenord and North Atlantic Fisheries, which unite producers From Bretagne and Proma are working together to reform the sale of catches not only of monkfish and John Dory, but also skate and sardines. These are fish for which they dominate the market in France without seemingly reaping much benefit.
To correct this problem and at the same time stabilise prices and quantities sold, the Bretons aim to make massive quantities available to compete with the wholesalers who are able to call the tune. It remains to be seen whether this idea sees the light of day. For what use is it fixing prices in relation to what is on offer and what the demand is, if part of the production is already reserved ? Whatever the answer may be, the question is real. A debate is planned in Basse Normandie, beginning of June, under the aegis of the regional Council, on how to improve the marketing of seafood. Later a similar one will be organised by the central body of the Credit Maritime, to remedy these same problems. At stake : "French fishermen and wholesalers look like small time grocers, up against the monstrous might of the distributors" – they are now anxious to smooth out their differences and reduce their costs.

SANTÉ | LES **MAREYEURS** S'ENGAGENT

Les troubles musculo-squelettiques, les TMS, coûtent cher à la société, aux entreprises comme aux salariés touchés. Ce constat réalisé, la Caisse nationale d'assurance-maladie a lancé une campagne de prévention du 11 au 15 mai 2009, notamment en Bretagne. En effet, la région, dense en entreprises agroalimentaires et plus particulièrement en société de mareyage et de commerce de gros de poissons et crustacés, présente un taux d'accidents et de maladies professionnelles supérieur à la moyenne. En cause *« la répétition des tâches dans des métiers très manuels et difficiles »*, explique Dominique Lechat, représentant des organisations professionnelles des mareyeurs, qui ont, avec mis au point un guide d'évaluation des risques de TMS pour le secteur.

Un recueil qui recense les actions à mener parfois à moindre coût pour limiter les accidents et les arrêts de travail. « *Vu la rareté des compétences dans le filetage, les journées perdues le sont aussi pour la production* », évoque Tony Lorant directeur industriel de Capitaine Houat, filiale du groupement des Mousquetaires, qui transforme sur son site de Lorient 6 000 t de crevettes et 4 000 t de poissons.

Lorsqu'il prend la tête de Capitaine Houat en 2006, Eric Gosselin est rapidement contacté par la Caisse d'assurance-maladie qui lui dresse un tableau catastrophique de la situation de son entreprise. « *Nous étions sur le podium des entreprises ayant le plus d'accidents, 40 par an en moyenne. Nos taux de cotisations s'élevaient à 10,87 % de la masse salariale* – quand la moyenne de la branche est à 3 % *ndlr-* », rappelle le directeur. Le choc passé, l'homme passe à l'action et mobilise ses troupes. Le jeu en vaut la chandelle à 20 euros l'heure perdue, 2 542 jours d'arrêts de travail représentent un gouffre. *« Et cela ne vaut que pour les coûts directs. Avec les indirects, il faut tripler cette somme »*, affirme Michel Petitot, ergonome.

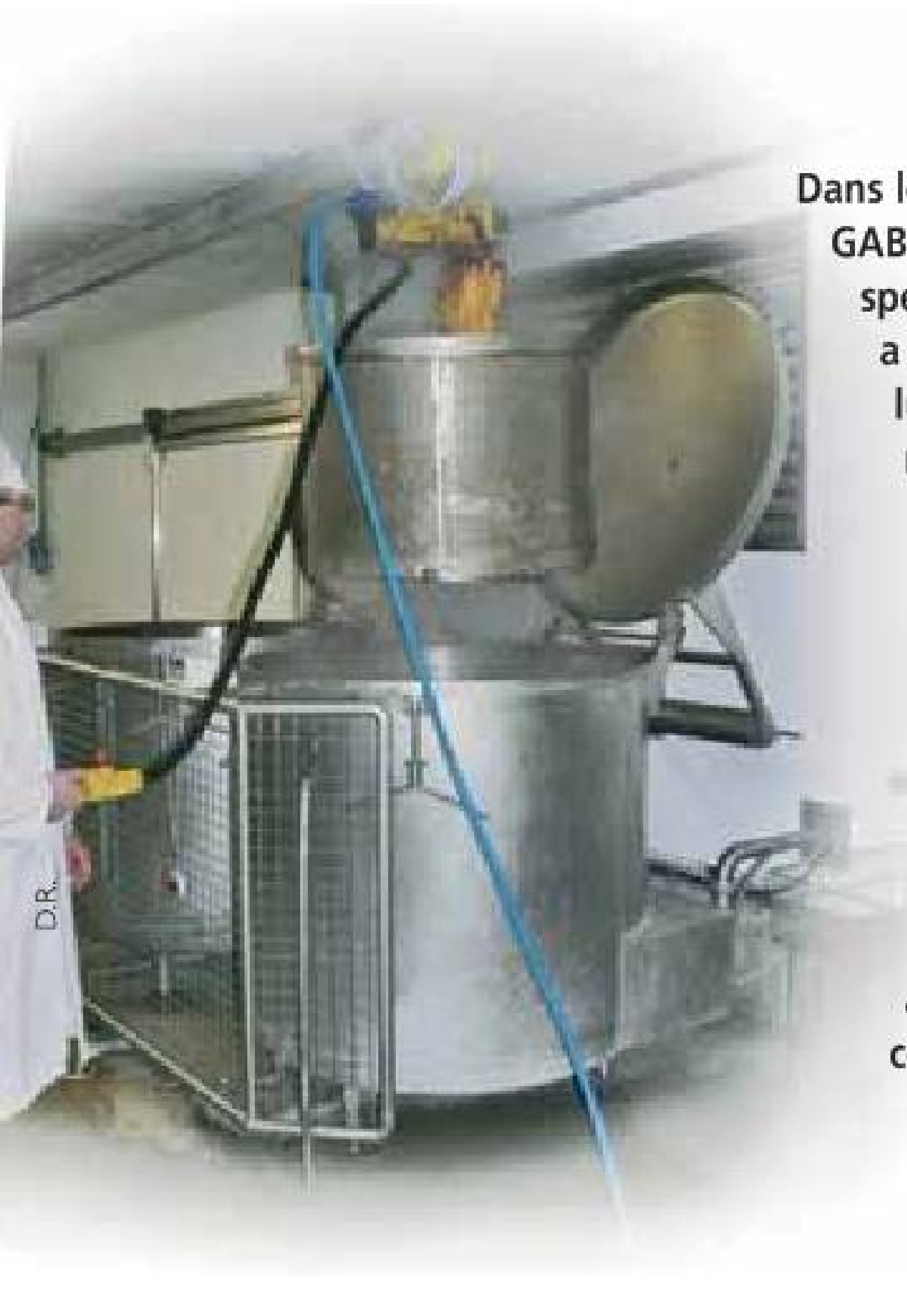
D.R.

Pour rendre une ligne de six postes de travail plus ergonomique (adaptation de la hauteur, tapis roulant, tables arrondies...), *« il en coûte prêt de 50 000 euros »*, estime Tony Lorant, directeur industriel de CAPITAINE HOUAT.

DIVISION PAR DEUX DES JOURS PERDUS

Dès 2007, des groupes de travail, impliquant le personnel, sont mis en place pour informer, trouver des solutions concrètes. « *Nous avons bénéficié de formations à l'affûtage des couteaux et au perfectionnement des gestes de filetage, nous sommes encouragés à faire des rotations toutes les demi-heures pour limiter la répétition des tâches* », illustre Virginie Glock, fileteuse et membre du Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT). En amont, pour limiter le stress, la journée de travail est organisée à 90 % dès le matin. Enfin, en décembre 2008, l'entreprise investit 380 000 euros pour réaménager son atelier de filetage, et le rendre plus ergonomique. Tapis roulant, à accumulation, marche pieds,... améliorent les conditions de travail des 40 salariés de l'atelier. Mais déjà, avant même de consentir à cet effort financier, le mareyeur français a réussi à réduire le nombre des journées perdues à 959 fin 2008, tout en augmentant ses volumes de production de 35 %. De quoi donner de l'espoir aux entreprises de tailles plus modestes, majoritaires dans la profession qui vont pouvoir affûter leurs couteaux.

Céline ASTRUC



D.R.

Dans le Finistère, l'entreprise GABY BEGANTON spécialiste du tourteau a mené des actions de lutte contre les TMS, notamment dans son atelier de cuisson. Sols antidérapants, système de captage des vapeurs et amélioration des ensembles manutention/transfert des crustacés (photo) participent à l'amélioration des conditions de travail.

GETTING WORKERS IN BETTER SHAPE

Pressed by the CNAM (The French NHS), the unions of fish processing industrialists are currently addressing musculoskeletal disorders in the workplace. Those are extremely common ailments in a labour intensive industry, costing companies a lot in sick leave. "*Fish filleting is short of skilled workers, a work day off means a loss in production*" remarks Tony Lorant, Production Manager at Captaine Houat, a Mousquetaires Group subsidiary. In 2006, the company was reported to hold: "*one of the worst industrial records for accidents at work*", this prompted the newly appointed CEO Eric Gosselin to react.
The game is worth the candle : at € 20 per hour, 2542 days of sick leave amount to abysmal sums. "*With the induced costs, you end up paying threefold*" asserts ergonomist Michel Petitot. Through communications plans, training sessions in knives sharpening, basic gestures and improvement of knife-handling skills, as well as devising work station rotations, Capitaine Houat have managed to cut down sick leave by 50%. Last December, 2008, the company decided on a 380,000 euro new lay-out for the filleting workshop, an investment that should improve the situation even further.

IMPLANTATION | LE POLONAIS MORPOL FRANCHIT LE RHIN

D.R.

Entrepôts du site de Morpol France à Cuisery.

C'est à Cuisery (Saône-et-Loire) que le Morpol ouvrira ce mois-ci une plate-forme d'éclatement de produits finis à base de salmonidés. Situé à 48 heures de l'usine polonaise d'Ustka, le site français permettra une livraison en A pour B sur le grand ouest européen. Le fumeur polonais de saumon va profiter de sa nouvelle situation logistique en Bourgogne pour créer une unité de transformation opérationnelle au printemps 2010. Compris entre 10 et 12 millions d'euros, l'investissement intègre l'extension d'un entrepôt existant équipé en froid positif et négatif. Le projet prévoit la création de 300 à 350 emplois sur 3 ans.

Un nouveau fumeur en France

L'industriel, qui bénéficie d'une aide du Conseil régional de Bourgogne d'1,53 million, prévoit de s'équiper en matériel de tranchage, de thermoformage et de fumage à chaud. Objectif, apporter une valeur ajoutée supplémentaire à des produits déjà transformés en Pologne. L'émergence d'un nouvel outil en France dans un secteur bien pourvu en capacité de transformation de saumon, suscite d'autant plus de questions que plusieurs fumeurs français ont délocalisé des fabrications en Pologne.

En réponse, Jean-Yves Bernard, directeur de Morpol France, a des arguments solides : *« nous allons travailler sur du saumon fumé en Pologne 3 jours après l'abattage. Ces produits semi-élaborés profiteront des deux jours de transport pour achever leur maturation. À charge pour nous en France de trancher, de reconstituer à façon ou d'élaborer encore davantage le saumon fumé. Le but est d'optimiser le temps de transport et la fraîcheur du saumon. La transformation finale à Cuisery nous permettra aussi d'optimiser la DLC. »*

Sur le plan social, Morpol s'implante avec une activité nouvelle dans un bassin d'emploi rodé à l'agroalimentaire. *« Comparé aux autres fumeurs français chez qui le personnel a acquis des droits à l'ancienneté, on démarre avec un coût du travail moindre »* ajoute le responsable. Idem pour les coûts marketing, Morpol France ne travaillera qu'en marque de distributeurs et en *hard discount*. Déjà fortement présent en Allemagne après le rachat en 2008 de Laschinger, co-leader du fumage, le groupe polonais fondé par Jerry Malek, achète 65 000 t de saumon par an. Jolie force de frappe.

Bruno VAUDOUR

MORPOL CROSSES THE RHINE

Morpol, the Polish Salmon smoker wants to establish a processing and product storage plant at Cuisery in Burgundy. With a budget of 10-12 million euros, the investment should give rise to the creation of 300 to 350 jobs within 3 years. The manufacturer intends to add extra value to fish already currently processed in its Polish plant at Ustka. The inauguration of Morpol France is scheduled for this autumn. Already strongly established in Germany after the buy-out in 2008 of the smoker Laschinger, the Polish group wants to take advantage of its new strategic position in France in order to attack the markets in Western Europe.

COMMUNICATION | UN THON PLUS TENDRE

Toute la communication sur les produits de la mer table aujourd'hui sur la préservation des ressources et des écosystèmes marins. Un petit label vert ou bleu pour rassurer la ménagère et le tour est joué : les affaires reprennent pour ceux – nombreux – qui font de l'écologie un véritable fond de commerce.

Lionel Flageul

Cobreco invite les Douarnenistes à découvrir sa nouvelle recette de thon.

Dans ce contexte, la démarche du conserveur Cobreco se démarque. Pour lancer son nouveau produit, une conserve de thon plus tendre car cuite à l'étouffée, cette usine de Douarnenez a adressé à chaque habitant de la ville un petit carton d'invitation qui dit ceci : *« Nous sommes très heureux de vous présenter en avant-première et de vous offrir, avant sa sortie en magasin, la nouvelle boîte de thon Arok, fabriquée ici. Cette boîte de thon a été réalisée par la Cobreco, une des rares conserveries françaises (1) qui résiste face à la concurrence étrangère et qui refuse la délocalisation, pour préserver 150 emplois. Elle produit un thon de qualité exclusivement en tranches, préparé à la main. »* Les Douarnenistes ont apprécié l'invitation.

Joli coup de marketing ? *« C'est un acte militant, un acte social,* assure avec conviction une employée, à l'accueil de l'usine. *Dans les années 1950, il y avait une trentaine de conserveries à Douarnenez. Il n'en reste plus que trois... »* Un zeste de promotion locale, deux doigts d'humanité... Et si c'était la bonne recette ?

Philippe URVOIS

(1) Cobreco appartient cependant, depuis 2007, au groupe italien Nuova Castelli.

LPI
Ledun - Pêcheurs d'Islande

Nos engagements QUALITÉ

international featured standards
IFS
Food

ÉQUILIBRE
Avec kWh Équilibre+ nous soutenons le développement de l'énergie solaire

- Certification IFS version 5
- Un engagement pour le développement durable
- Un engagement pour la pêche durable
- Une production sous contrôle
- Une traçabilité maitrisée
- Une technologie innovante

AB
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

label Rouge

NOUVEAU

Gambas BIO Ecuador*

AB
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Une filière de qualité, sécurisée et durable.

Omarsa

euroTrade
FISH

Une gamme complète de crevettes savoureuses

LPi MARÉE

Fabriquée en France par Ledun-Pêcheurs d'Islande
76404 Fécamp cedex
Tél. : 02 35 10 36 70 - Fax : 02 35 28 84 96
Certifiée par ÉCOCERT FR AB 01
Importateur LPI FR 02 09/AB/2314

*Penaeus vannamei
Élevée en Équateur

EN BREF - IN BRIEF

LOGISTIQUE

OLANO S'ÉTOFFE

D.R.

Le groupe de transport et de logistique Olano (CA : 200 M€) agrandit ses capacités de stockage « grand froid » (-20 °C) au Portugal et en Espagne. Idem à Lomme près de Lille et à Trémorel dans les Côtes d'Armor où Olano a racheté le fond de commerce de la société bretonne STLL (www.groupe-olano.com)

VITAFISH EN ORDRE DE MARCHE

Tout frais, tout neufs, les premiers tilapias de VitaFish sont programmés pour cet été. C'est ce qu'annonce la société belge propriétaire d'un des plus gros élevages en circuit fermé (3 000 t de capacité) à Dottignies près de Mouscron. Les premiers abattages interviendront au poids de 750-800 g avec livraison, dans la foulée, de filets (125-150 g) ultra-frais aux distributeurs.

D.R.

LEGRAND & MALO CHANGE D'ADRESSE

Le spécialiste des produits aquatiques surgelés en provenance d'amérique du Nord nous signale les nouvelles coordonnées de son siège : 12 rue des Sorbiers 76290 Fontaine la Mallet. Sa boîte postale est : 76290 Montivillers (Seine-Maritime)

REPRISE | INTERPÊCHE DEVIENT CANADIENNE

En redressement judiciaire depuis juillet 2008, la société saint-pierraise Interpêche a été rachetée par la société canadienne Louisbourg Seafood Ltd.

Interpêche, principale unité de traitement des produits de la mer de l'archipel et filiale du groupe espagnol Pescanova en 1989, n'employait plus que 60 salariés, contre 250 dans les années fastes de la morue. Le repreneur, qui restait seul en lice, n'en reprendra que 45.

Jean-Christophe Lespagnol

Interpêche, qui employait 250 personnes il y a vingt ans, redémarre avec 45 salariés.

Autre séquelle de la déconfiture de cette unité, qui ne traitait même pas 2 000 t annuelles (pour une capacité de 40 000 t) : 2 millions d'euros de dettes. Mais elles sont effacées, au grand dam des armateurs locaux ayant livré l'usine avant sa mise en redressement.

La reprise a par contre été saluée par Yves Jégo, le secrétaire d'État à l'Outre-Mer qui s'est engagé *« à ce que l'État contribue financièrement aux investissements nécessaires à la restructuration de l'outil de travail ».*

Créé en 1984 par Jimmy Kennedy, Louisbourg Seafood s'est développé en particulier dans la capture et la transformation des crabes des neiges et des homards.

Il emploie plus de 400 personnes dans six unités de transformation, toutes situées dans le nord de la province de Nouvelle-Écosse, pour un chiffre d'affaires d'environ 25 millions d'euros. Et il arme 11 bateaux de pêche de 10 à 26 m : 4 chalutiers, 5 homardiers et crabiers et 2 longliners.

Bernard JÉGOU

Interpêche/Takeover by a Canadian company

The canadian company Louisbourg Seafood Ltd has taken over the Interpeche company in Saint Pierre et Miquelon. Main unit for the processing of seafood products on the archipelago and subsidiary of the Spanish group Pescanova, Interpeche will keep 45 of its 60 employees. Created by Jimmy Kennedy, Louisbourg Seafood has specialized in the catch and processing of snow crab and lobster. The company hires more than 400 people in six plants, all of them situated in the North of Nova Scotia for a turnover of circa 25 million euros.

INVESTISSEMENT | GRIEG SEAFOOD S'AGRANDIT

Le plus grand producteur de saumon des Shetland (17 000 t), Grieg Seafood Hjaltland, a investi 4,68 millions d'euros dans l'extension de son usine de Lerwick. L'atelier de filetage dispose d'une technologie optique sophistiquée permettant de produire 130 t par jour. Dans la nouvelle installation, les filets passent par une ligne automatisée de salage ou de marinage. L'installation dispose de six fumoirs dont les foyers ont été isolés dans une pièce spécifique afin de réduire le risque d'incendie. Après le fumage, le saumon est découpé à la main ou tranché mécaniquement avant d'être mis sous vide, réfrigéré et stocké. Saumon fumé à chaud ou à froid, saumon mariné, ce sont 12 tonnes de produits qui peuvent être préparées et emballées chaque jour.

D.R.

Grief fabrique ici les produits de sa nouvelle gamme Wild Waters de saumon fumé et de gravelax. La première transformation commence une à deux heures après l'abattage. Saignés et refroidis, les poissons sont filetés *pré rigor*.

L'élevage et la transformation du saumon répondent aux normes UKAS du saumon de qualité supérieure, BRC, Global Gap, au Label Rouge ainsi qu'à Naturland pour sa production en aquaculture biologique.

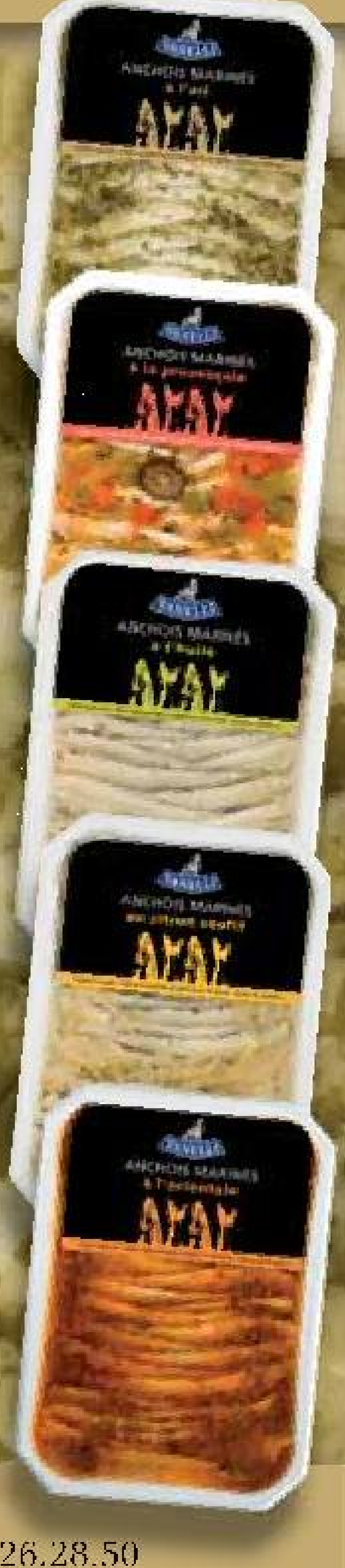
Nicki HOLMYARD

VANELLI

ANCHOIS MARINÉS

Apéritif, entrée, mise en bouche...

Avec Vanelli, l'anchois c'est tout un art



Suggestions de présentation

Bab-El-Dream

LA MONEGASQUE - VANELLI FRANCE

ZI de Jalday • 64500 SAINT JEAN DE LUZ • Tél : 05.59.51.17.70 • Fax : 05.59.26.28.50

Net : http//www.vanelli.com • E.Mail : vanelli@vanelli.com

INNOVATION | LE THON SO

Steak ou hamburger de thon ? Au menu, la tendance se renforce avec de nouveaux intervenants : l'armement réunionnais Sapmer, l'Espagnol Calvo ou encore l'importateur Blue Quality.

Il a la noblesse des grands thoniers océaniques et sa longue coque bleue a l'allure d'un yacht. Symbole des ambitions de son propriétaire la Sapmer, « Franche Terre » est d'abord un nom. Celui d'un lieu-dit à la Réunion, vaste domaine à l'échelle des 90 m du navire qui vient d'être baptisé au chantier Piriou de Concarneau. C'est le premier d'une série de trois senneurs dont l'acquisition représente un investissement de 85 millions d'euros. Pari immense pour Sapmer qui anticipe un accès plus restreint à la ressource en thon tropical. Et parce que le marché du thon en boîte a ses limites, l'entreprise veut valoriser autrement l'albacore et le listao.

Tout commence à bord du « Franche Terre » où le poisson trié et calibré suit un process innovant. *Exit* la congélation en saumure à – 18 °C ; le thon est d'abord refroidi en cuve (500 m³) puis congelé, plein, à sec, à – 40 °C. Température indispensable pour produire ensuite une longe de qualité. L'armement bâtit toute sa stratégie sur ce marché thonier avec ses produits dérivés. Le second maillon essentiel de la démarche se situe à l'île Maurice où Sapmer a investi 4 millions d'euros dans une usine avec un groupe local IBL Seafood & Marine. Détenue à parts égales par les deux partenaires, Mer des Mascareignes (MDM) est une unité de découpes et de conditionnement prévue pour traiter 6 000 t de poisson, sans décongélation. Précision importante car la découpe s'effectue sans remontée en température. Un gage de qualité face à l'offre en double congélation ou aux longes décongelées traitées au monoxyde de carbone. Opérationnelle depuis 15 mois, MDM fournit une gamme de steaks, filets, pavés, darnes, cubes… Et les portions calibrées s'expédient sous toutes les coutures : conditionnement individuel, poids fixe, vrac ou sous vide.

B.V.

Blue Quality lance des découpes de germon mi-cuîtes et arômatisées.

SAPMER : UNE DÉMARCHE INDUSTRIELLE INÉDITE

Excellent tremplin commercial, la restauration a ouvert la voie au steak de thon en grande distribution. En 1994, Davigel jouait les précurseurs, Igloo a suivi ensuite au rayon surgelé et Picard a mis à l'honneur le germon de ligne tahitien. Aujourd'hui, Carrefour propose des tranches d'albacore préemballées sous atmosphère (Fish is Life) en marée libre-service. Rayon où le hamburger de thon a ses entrées. La cible : les enfants ou les ados que le conserveur ibérique Calvo vise maintenant avec des saucisses au thon (DLC : 45 jours) avec ou sans fromage, s'il vous plaît.

Créateur de la société Blue Quality, Pierre Hoflack a un credo, le thon blanc polynésien pêché à la ligne. Depuis 5 ans, il projette de fournir toute l'année du filet frais sur le marché français. *« Au début, on est passé pour de doux dingues »* se souvient-il. Trop loin, trop cher, pas assez régulier, il en a entendu des vertes ! Mais au dernier

LONGE : L'ÉCHEC DE SAUPIQUET

En lançant à la fin des années quatre-vingt-dix, deux grands thoniers de 107 m conçus pour transformer à bord le thon en longe, Saupiquet fut un pionnier. Mais les capacités de découpe et de conditionnement, reposant sur les équipages, n'étaient pas en adéquation avec les capacités de captures. Ce fut un échec.

Aujourd'hui, Sapmer limite la part de risque en pratiquant une première transformation qui optimise la qualité grâce à la congélation à sec du thon non vidé.

Elle confie ensuite le travail de découpe à terre à sa filiale mauricienne MDM et récupère le produit fini (longes, steaks) pour le commercialiser.

RT DE SA BOÎTE

© Fish is Life

Stéphane Gallois

Lionel Flageul

Albacore pêché à la ligne (à gauche). La longe polynésienne -ici de l'albacore- arrive par avion en France (en haut). Avec le thon tropical congelé à - 40 °C à bord du «Franche-Terre» (en bas) et découpé à terre, sans décongélation, Sapmer s'ouvre un nouveau marché .

Seafood de Bruxelles, l'homme arborait un franc sourire derrière son stand, fier d'expliquer sa filière d'approvisionnement : *« nous travaillons avec 14 bateaux à Tahiti et 6 en Nouvelle-Calédonie. La plupart font des marées de 4 à Jours, uniquement du germon de ligne, saigné et refroidi à bord. »* Blue Quality achète les longes et les importe par avion. *« Avec coût de fret de 3,50 €/kg, l'objectif est d'arriver à un prix consommateur autour de 18 €/kg. »* Conditionné en barquette sous atmosphère (DLC : 7 jours) par Lerøy, le cœur de filet se décline entier pour la restauration et tranché cru ou mi-cuît pour la GMS. Partenaire de Tahiti Island Seafood, écoreur et transformateur en Polynésie, Blue Quality propose aussi du germon fumé ou mi-cuît.

Plein d'idées, Pierre Hoflack a mis au point avec l'entreprise nordique Terre de Lys, un confit de thon cru préparé à partir de longes congelées en mer. Destiné à la restauration, ce confit devient une excellente base pour des tartares ou des carpaccios. Blue Quality planche également sur une garniture de pizza à partir de fines tranches de germon. Les deux produits sont encore en coulisses. En attendant la scène, Pierre Hoflack peaufine les recettes avec son conseiller culinaire, le chef néerlandais Robert Kranenborg.

Bruno VAUDOUR

© Fish is Life

Comptoirs Océanique a ouvert la voie du L.S. aux tranches d'albacore réfrigérées.

TUNA : OUT OF ITS TIN

Tuna steak on the menu is a growing trend thanks to newcomers on the grounds. Reunion-based fleet-owner Sapmer is investing in new generation high seas tuna vessels, with deep-freezer (-40°C) facilities on board. The «Franche Terre» will be the first of three long-liner vessels; a daring € 85 million bet for the Reunion fishing industry who is anticipating more restrictive access to tropical tuna resources. They expect better returns from high-value frozen loins and portions than from canned tuna. The slicing operations will be carried out without defrosting by Sapmer's Mauritius-based subsidiary Mer des Mascareignes.
On their side, the Spanish canning company Calvo are introducing new lines of products, including tuna sausages, intended to lure younger consumers. Sold with or without cheese, the latter refrigerated product has a shelf-life of 45 days.
Sales of refrigerated tuna fillets benefit from the expansion of the pre-packed fish segment in Cash &Carry outlets and hypermarket fish-stands. Like albacore, long-line white tuna is now delivered in slice packs with a guaranteed shelf life of 7 days. It is sold by the French Blue Quality who set up their own chain with year round supply of fresh loins. The fish is flown to France for the final packing operations. Pierre Hoflack, CEO of Blue Quality, who is never short of ideas, is currently working on a frozen confit of tuna.

CONSOMMATION | LES SURGELÉS FONT DE LA **RÉSISTANCE**

« Plusieurs articles récents dénoncent les produits surgelés, soit disant surconsommateurs d'énergie par rapport au frais », déplore Odile Texier présidente du SNCE. *Or les travaux que nous menons depuis un an sur le bilan carbone vont nous permettre d'argumenter en sens contraire à partir d'outils scientifiques. Face aux idées reçues, il importe de communiquer dans le cadre de l'étiquetage environnemental à chaque maillon de la filière.* Le syndicat des importateurs de produits aquatiques surgelés sera en mesure de le faire d'ici la fin de l'année pour une douzaine de produits de la mer clés, comme le colin d'Alaska ou le saumon.
Totalisant 1 006 000 t pour la consommation à domicile (en recul de 2 %) et 1 160 000 t pour la restauration hors domicile (en hausse de 2 %), le marché des surgelés est resté stable en volume en 2008. Son chiffre d'affaires a progressé de 2 % pour atteindre 8,06 milliards d'euros grâce au dynamisme de la consommation hors foyer (+5 %).

Les achats des ménages ont évolué vers plus de simplicité. La facilité d'emploi reste toutefois un des principaux critères d'achat. Plats cuisinés, légumes et pommes de terre pèsent 60 % en volume. En valeur, les plats cuisinés, les viandes et le poisson représentent la moitié du marché. (HS et BV)

Lionel Flageul

THON | LE ROYAUME-UNI S'INTÉRESSE À L'**ÉLEVAGE**.

Le fond européen pour la pêche va financer un programme de recherche visant à faire se reproduire dans les eaux britanniques le thon commun en captivité. Ce projet pilote réunit les scientifiques des universités de Stirling et de Strathclyde qui débuteront leur travaux dès cet été au laboratoire marin d'Ardtoe. Si tout fonctionne pour le mieux, une ferme d'élevage pourrait voir le jour d'ici 2011. (CA)

EN BREF - IN BRIEF - EN BREF - IN BRIEF

SAUMON

LES PRIX S'ENVOLENT

Bruno Vaudour

Mi-mai, le kilo de saumon norvégien frais de plus de 3 kg s'échangeait à plus de 4,55 €/kg, voire 5 € le kilo pour les pièces de plus de 6 kg. La demande provient essentiellement de d'Europe de l'ouest, les tarifs seraient jugés prohibitifs pour une Russie en crise. La hausse de la demande asiatique, en particulier la Chine, se confirme à un moment où l'offre mondiale de saumon d'élevage est étale. Les bonnes prévisions de pêche en Amérique du Nord, devraient profiter aux pêcheurs de saumons sauvages du Pacifique. (CA)

FRAUDE

DONNE TA LANGUE AU CHAT !

Selon l'AFP, Peter Xuong Lam, 49 ans, dirigeant d'une société dont le siège est en Virginie (est), a importé 4 535 t de panga vietnamien pour les revendre aux États-Unis comme de la sole ou du mérou. Il a été écopé de plus de cinq ans de prison. Sa condamnation est l'une des plus élevées infligées par un tribunal fédéral pour une falsification d'étiquetage. Le juge lui a également ordonné de verser 12 millions de dollars au gouvernement, la fraude lui ayant permis de contourner la législation antidumping des États-Unis.

MALAISIE

L'EUROPE ROUVRE SES PORTES

Les services vétérinaires européens ont accordé à six entreprises malaisiennes le droit de réexporter des produits de la pêche dans l'Union européenne, suite aux audits réalisés mi-mars. Une nouvelle liste des établissements agréés est disponible depuis le 15 mai 2009. (BV)

MOULE

MA CAMPAGNE AU CANADA

Bruno Vaudour

La filière mytilicole canadienne vient de débloquer un budget de 627 000 euros par an, sur plusieurs années, pour promouvoir les moules en Amérique du Nord. Les qualités du coquillage mises en avant sont : « simple à préparer », « respectueuse de l'environnement » et « bonne pour la santé ». Peu original mais tendance. (CA)

FRAUDE

C'EST LE BOUQUET

Le tribunal correctionnel de Guingamp a condamné un mareyeur de Trégastel à 6 300 € d'amende pour publicité mensongère. L'homme vendait des crevettes roses des Seychelles pour des bouquets et des coquillages sans étiquetage. Déjà condamné pour des fraudes similaires en 2003, celui qui fournissait la quasi-totalité des restaurants de la côte de Granit rose a fait preuve « de graves manquements au commerce des produits de la pêche et de l'aquaculture » selon le substitut du tribunal de Guingamp. (BV)

MORIN MAREE
MORIN MARÉE
Spécialiste de sauces fraîches
pour accompagner coquillages et crustacés
Mayonnaise
Rouille
Aïoli
FABRICATION ARTISANALE
40 JOURS DE D.L.C.
SANS COLORANT
SANS CONSERVATEUR
NI ADDITIF
5 CONDITIONNEMENTS
POUR SATISFAIRE INDUSTRIELS, G.M.S.,
POISSONNIERS, RESTAURATEURS
(25 G, 100 G, 135 G, 1 KG, 2,5 KG)
S.A.S. SAVIMER - 13 avenue Mendès France - ALBI
05 63 43 08 47 / 05 63 43 08 46
E.mail : morin-maree@wanadoo.fr

Naturellement
mer
Les Viviers de Roscoff
MX 690511
Crustacés vivants,
Poissons,
Coquillages,
Huîtres
. LES VIVIERS DE ROSCOFF . BP60 . 29682 ROSCOFF Cedex .
. Tél 02 98 61 19 61 . Fax 02 98 61 19 60 .
. mail : VIVIERSDEROSCOFF@wanadoo.fr . site : www.viviersroscoff.com .

Moules
de
Barfleur
hors_serie@orange.fr Photos : P. Rougereau, S. Dupré
Dessablage
et Indice
de Chair
Contrôlés
Belles , blondes et sauvages
Groupement Qualité des Marins-Pêcheurs, Criées et Mareyeurs de Basse-Normandie
BP 27 - 10 avenue du Général de Gaulle 14520 Port en Bessin Cedex - 02 31 51 21 53 - lettre@nfm.fr
nfm
NORMANDIE
FRAICHEUR MER
Charte Qualité Pêche
www.nfm.fr

EN BREF - IN BRIEF

GENETIQUE

NAISSANCE DE LA « SÉLECTION FRANÇAISE CONCHYLICOLE »

Le taux de mortalité des huîtres inquiète les écloseries françaises. Pour prévenir la disparition de certaines espèces, anticiper les conséquences du réchauffement climatique, France Turbot, Satmar, Sodabo, Vendée Naissain ont décidé d'unir leur force pour créer la société de recherche SFC, Sélection française Conchylicole. Sa mission : sélectionner une souche résistance de Crassostréa Gigas, sur la base des travaux du SMIDAP et des résultats obtenus par l'IFREMER. Pour avancer plus rapidement, la SFC devrait d'ores et déjà nouer un partenariat avec le Syndicat des sélectionneurs avicoles aquacoles français.

GENETICS

THE BIRTH OF THE « FRENCH SHELLFISH FARM SELECTION"

The death rate of oysters is a concern for the French fish hatcheries. To prevent the extinction of certain species and to anticipate the consequences of global warming, France Turbot, Satmar, Sodabo, Vendée Naissain have decided to pool their resources in order to create the research company SFC, Selection française Conchylicole (French Shelfish farm selection). Its mission is to select resistant strains of Crassostrea Gigas, on the basis of the SMIDAP works and the results obtained by Ifremer. To fast-forward the process, the SFC wants to forge a partnership with the Union of French Poultry and Fish selectors.

INFORMATIQUE |

A SÈTE, LES PRIX **MONTENT**

Georges Frêche, le président de la région Languedoc-Roussillon, a officiellement inauguré le nouveau système de vente de la criée de Sète. Mis en service depuis quelques semaines, le système installé par l'entreprise espagnole Autec (50 halles à marée en Espagne, ainsi que la criée voisine du Grau d'Agde) a rénové le système de convoyage. Il fait surtout oublier les seules enchères à la baisse qui prévalaient jusqu'alors : quand plusieurs mareyeurs appuient en même temps sur leur télécommandes, les enchères repartent à la hausse. Ces enchères montantes ont déjà fait leurs preuves, plusieurs patrons révélant que, malgré un convoyage ralenti, *« les prix sont meilleurs sur les poissons nobles »* (loup, dorade, turbot, St Pierre), et parfois sur le poisson bleu (sardines, anchois). Le troisième acte doit être la mise en place de la vente à distance. Vision des lots de poissons en direct et achats en ligne devraient permettre un élargissement du nombre d'acheteurs. Dans le cadre d'une *« pêche durable »*, Georges Frêche espère ainsi réduire les invendus, notamment par une mise en réseau avec d'autres criées. Comme de nombreux armements locaux, les patrons du chalutier Circe Danae, Didier et Patrice Roux, espèrent, eux, que *« grâce à ce système que nous attendions depuis plusieurs années, nous pourrons aussi ouvrir aux mareyeurs Italiens ou Espagnols* », et obtenir de meilleurs prix.

Hélène Scheffer

(S) : Le système qui a coûté 300 000 euros, financé à 20 % par le port de Sète, à 40 % par la région et 40 % par le Fond européen pour la pêche devrait attirer plus d'acheteurs.

Hélène SCHEFFER

Rising bids In Sete's wholesale fish market

The new fish auction system in Sète has just been inaugurated. It has been implemented for a few weeks now by the Spanish company AUTEC and it has made everybody forget the low level of bidding which then prevailed: when several fishmongers are pressing buttons on their remote controls at the same time, the bids start to take off again. Several managers reveal that, despite the reduced catch, "prices of whitefish are higher" and even sometimes the prices of pelagic fish. The third phase should be the setting up of a mail-order system. Viewing the fish lots over the Internet and buying them on line shoud increase the number of buyers. The main objective is to reduce unsold lots. As for the fishermen, they hope to see prices rise.

R & D |

GARANTIR LA **FRAÎCHEUR** DES PRODUITS

Forte de son label du ministère de l'Agriculture et de la Pêche, obtenu en octobre dernier, l'Unité Mixte Technologique (UMT) « Fraîcheur et qualité des produits aquatiques » entame ses premiers travaux de recherches pour répondre aux besoins des professionnels de la filière. Partenariat entre le CEVPM (1), l'AFSSA (2), l'Ifremer et l'Ulco (3), l'UMT va s'intéresser dans un premier temps au développement de nouveaux outils pour apprécier la fraîcheur des filets de poissons, mais aussi de méthodes d'analyses pour mieux différencier filets de poissons frais et décongelés et détecter les doubles congélations. Parallèlement, des recherches appliquées sont lancées sur l'inhibition du développement de l'histamine dans le poisson, la parasitologie des poissons, la lutte contre les risques microbiologiques, ou encore la détection des fraudes (additifs, eau ajoutée…) dans les produits aquatiques.

La mutualisation des compétences et des moyens techniques des quatre partenaires scientifiques va accélérer la recherche et développement portant sur la fraîcheur des produits. Les résultats seront largement diffusés à la profession au travers de publications ou de colloques R & D.

Anne-Caroline RENARD

(1) Centre d'expérimentation et de valorisation des produits de la mer

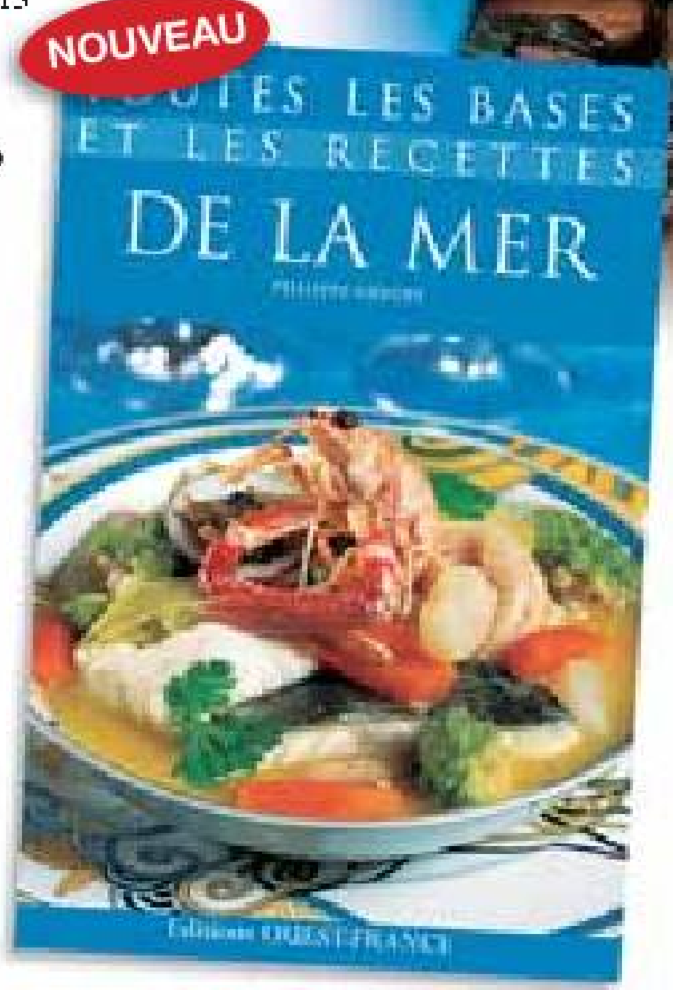
(2) Agence française de sécurité sanitaire des aliments

(3) Université du littoral Côte d'Opale

TOUTES LES BASES ET LES RECETTES

DE LA MER

PHILIPPE URVOIS



CHOISIR, PRÉPARER, SAVOURER...

- Un livre de 357 pages avec plus de 200 recettes
- Des photos en couleur
- Une mine d'astuces et d'informations glanées sur les ports
- Un recueil de fiches pratiques sur chaque espèce

14 € (+ 5 € de port)

BON DE COMMANDE

❒ Oui, je commande ____ ex de Toutes les bases et les recettes de la mer (réf 37277)

14 € x________ =______ €
Frais de port =______ €
TOTAL =______ €
• Je règle la somme de ______ €

❒ Par chèque bancaire à l'ordre de La Librairie de Marines

❒ Par carte bancaire n° :

☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ exp : ☐☐ / ☐☐

Date : Signature

❒ Je désire recevoir une facture

❒ Je souhaite un envoi par collissimo suivi

À envoyer à : La Librairie de Marines
13, rue du Breil - CS 16311 - 35063 Rennes cedex

Mes coordonnées

Nom : ______
Prénom : ______
Adresse : ______
Code postal : ______ Ville : ______
N° TVA Intracommunautaire : ______

FRAIS DE PORT

Montant de la commande	colissimo suivi
Inférieur ou égal à 20 €	5 €
de 20 à 70 € inclus	6,5 €
de 70 à 130 € inclus	9 €

Supérieur à 130 €, port offert en colissimo suivi - Hors CEE, nous consulter.

Commande par téléphone : 02 99 32 58 47
Réservé aux règlements par CB

Elevage et conditionnement, LUCIANO COCCI représente votre partenaire le plus fiable dans le temps pour vos projets, en vous offrant les meilleures solutions dans l'industrie du coquillage vivant.

BROSSEUSE mod. 27 SP

BROSSEUSE mod. à rouleaux

DÉGRAPPEUSE pour moules avec calibreuse trois grilles

DÉBYSSUSEUSE pour moules

luciano cocci

TECHNOLOGIES POUR L'ELEVAGE ET LE TRAVAIL DES MOLLUSQUES VIVANTS

AISI 316

IP65

Via Maranello, 1 | 47853 Coriano (RN) Italy
tel. ++ 39.0541.658449 | fax. ++ 39.0541.657984
cocci@cocci.it | www.cocci.it

EN BREF - IN BRIEF

DÉVELOPPEMENT

BIOCONSERVATION

Pour séduire les consommateurs, le 100% naturel s'impose. Reste que cela ne va pas toujours sans inconvénients. Sans conservateur, les produits de la mer, en se dégradant émettent des odeurs qui font fuir les clients. Pour parer au problème, le pôle de compétitivité Valorial a labellisé le projet Mipromer, pour utiliser des ferments lactiques en lieu et place des conservateurs chimiques. Biocéane (44), Marine Harvest (35), Capitaine Houat (56), Charly Guenec (35) et Miti (44) (*photo*) sont impliqués dans le projet, au coté de l'Enitiaa, de l'Ifremer de Nantes et d'Adria Développement (29). Miti utilise déjà le principe sur la crevette.

Bruno Vaudour

RECHERCHE

NUTRITION DES POISSONS

L'unité nutrition, aquaculture et génomique de l'INRA poursuit ses recherches afin de substituer les protéines animales par des protéines végétales dans l'alimentation des poissons d'élevage. Dans le cadre du projet européen AQUAMAX, les biologistes cherchent à opérer la substitution conjointement sur les farines et les huiles de poisson. De nouvelles formulations seront testées sur la truite arc-en-ciel, le saumon atlantique, la dorade et la carpe. Pour en savoir plus : www.aquamaxip.eu

CO-PRODUITS | COPALIS ET AGRIOPALES SERVICES S'UNISSENT POUR FAIRE DU GAZ

Valoriser les déchets de poissons, en les transformant en biogaz, c'est l'idée qui soustend la création de Capénergie. Ce groupement d'intérêt économique vient d'être créé entre Copalis (ex Coopérative de traitement des produits de la pêche, à Boulogne) et Agriopales services, société spécialisée dans la valorisation des résidus organiques, située à Cucq (62).

Basé sur la zone portuaire de Boulogne-sur-Mer, le projet Capénergie repose sur la «*valorisation énergétique des résidus organiques et de déchets verts par méthanisation*», soit du biogaz issu des déchets de poissons. L'enjeu est celui de la production d'énergie renouvelable mais aussi de la gestion des «*effluents et déchets organiques*», issus de cette industrie agroalimentaire, qui s'y prête particulièrement bien. En effet, les «*résidus issus de la transformation du poisson sont gras et donc méthanogènes*».

L'unité de production de biogaz devrait générer, chaque année, près de 25 000 MW/h, soit plus de 2 000 tonnes équivalent pétrole, à partir de matières collectées dans un rayon de 3 km. Dès 2010, cette production alimentera en énergie les industries agroalimentaires du port de Boulogne - Capécure - tandis que les résidus ultimes du processus de méthanisation retourneront en compost vers l'agriculture.

Il est à noter que Copalis traite annuellement 45 000 t d'effluents liquides chargés organiquement et que les boues résiduelles des stations d'épuration portuaires constituent un gisement supplémentaire de valorisation de 10 000 t/ an.

Benoît LOBEZ

Lionel Flageul

GAS FROM FISH

CAPERNERGIE.GIE, created by Copalis and Agriopales Services is based in the port district of Boulogne. Its aim is to make use of the organic residues and 'green' by-products and transform these into a bio-energy source by a process of methanisation. This bio-gas production unit should be generating, every year, nearly 250,000 MW/hours, the equivalent of over 2,000 tonnes of petroleum, all from waste products gathered in from a radius of 3 kilometres around the plant. Starting in 2010 this production will augment power supplies to the agricultural and food industries in Boulogne-sur-Mer.

ADRIA NORMANDIE | GUIDE CONTRE LES **ALLERGÈNES**

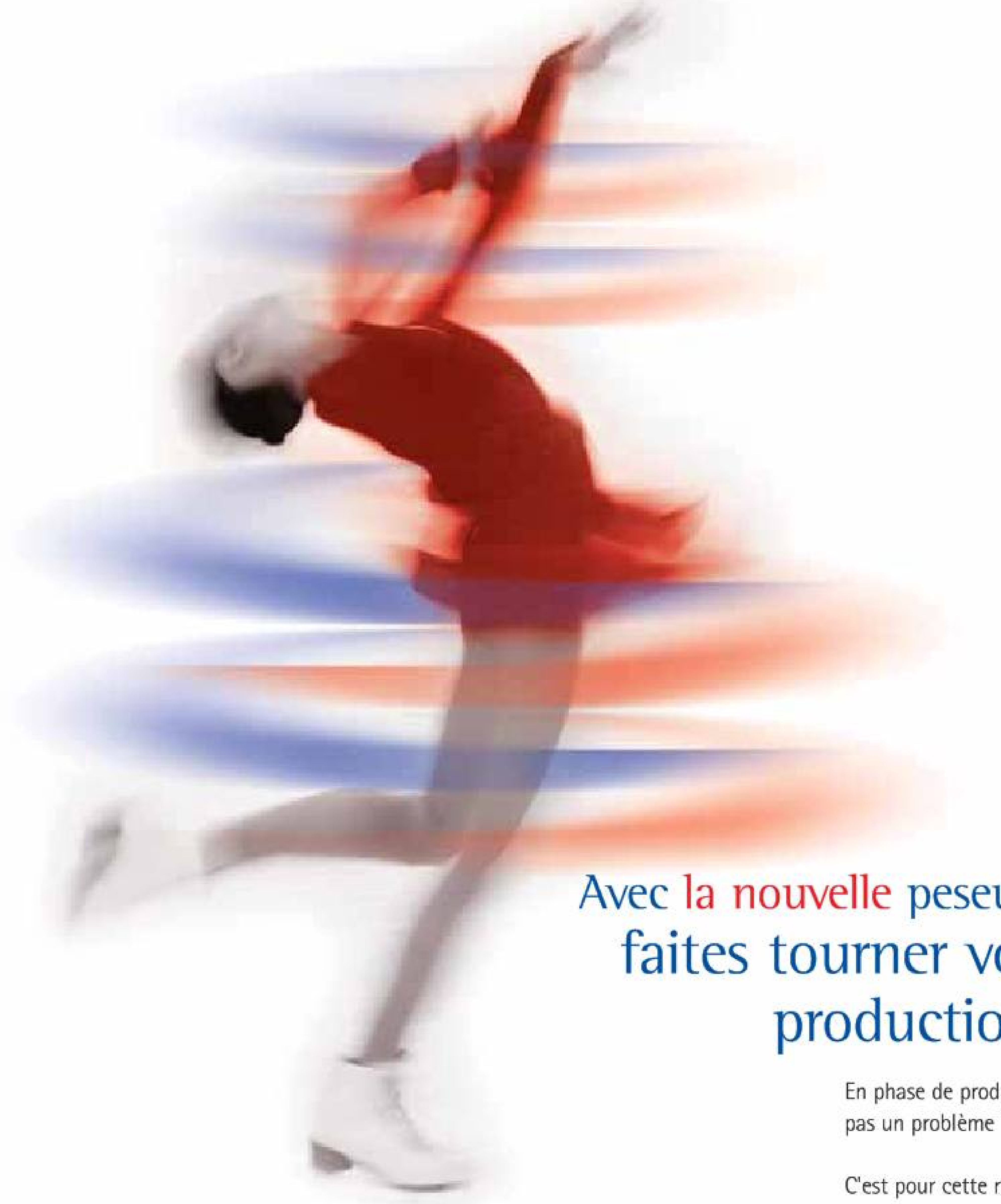
Moyennant une participation aux frais d'envoi, l'Adria de Normandie expédie gratuitement le guide HACCP de 176 pages sur la gestion du risque « allergènes alimentaires ». Edité par l'Adria, Association de coordination technique pour l'agroalimentaire, l'ouvrage expose et recense toutes les questions réglementaires portant sur le sujet. Y compris en matière d'étiquetage des ingrédients allergènes.

Dans un second chapitre, le recueil décrit les étapes définies par le *Codex alimentarius* pour conduire une démarche HACCP. Recommandations, tableaux sont mis à l'honneur.

La troisième partie comprend des fiches décrivant le mécanisme des allergies alimentaires. Problèmes qui touchent surtout les enfants, avec des effets létaux. Le guide décrit aussi les techniques d'analyses pour chacun des 14 allergènes majeurs listés par la réglementation européenne. La dernière partie présente les résultats d'essais de contaminations croisées par des allergènes, dans le cadre de simulations menées en atelier-pilote.

Pour recevoir le guide, il suffit de télécharger le bon de commande sur le site *www.adria-normandie.com*

Bruno VAUDOUR



Avec la nouvelle peseuse à vis Ishida, faites tourner votre production au maximum!

En phase de production, chaque minute compte. Ne laissez pas un problème "collant" réduire vos marges!

C'est pour cette raison qu'Ishida lance sa nouvelle peseuse associative à alimentation à vis: capable d'accroître la cadence de dosage de produits collants jusqu'à 60 PPM, tout en limitant au minimum l'intervention de l'opérateur.

Que vous manipuliez de la viande, volaille fraîche ou tout autre produit difficile, la vis de la peseuse achemine le produit d'une façon aussi puissante que délicate, pour un flux homogène vers les bennes de pesée.

La peseuse à vis totalement automatique réalise jusqu'à 60 PPM, même avec les produits les plus difficiles.

Alors ne laissez pas un produit collant vous ralentir, appelez nous dès maintenant pour recevoir notre DVD de démonstration. La peseuse à vis va réduire vos coûts et augmenter votre rendement.

www.ishidaeurope.fr

ISHIDA EUROPE

Relax it's Ishida

ISHIDA EUROPE – FRANCE, Z.I. Paris Nord 2, 50, Rue des Chardonnerets, BP 67108, 95975 Roissy CDG Cedex
Tel: 01 48 63 83 83 Fax: 01 48 63 24 29 info@ishidaeurope.fr, www.ishidaeurope.fr

Saumon d'Ecosse
Creating tasteful solution
Hallvard Leroy, depuis 1899, c'est la certitude de trouver la solution qui vous garantit securité alimentaire et qualité.
Saumon de Norvège et d'Ecosse, Saumon Label Rouge, Truite Saumonée, Omble Chevalier, Cabillaud... Une large Gamme qui fait la renommée de Hallvard Leroy.
SEAFOOD INNOVATION
SINCE 1899
LERÖY
Hallvard Lerøy AS, Bontelabo 2, Postboks 7600, N-5020 Bergen, Norway.
Phone: + 47 55 21 36 50, Fax: + 47 55 31 00 76, www.leroy.no
SAS Hallvard Leroy, 1, rue Huret Lagache, F-62200 Boulogne sur Mer, France.
Tél: +33 (0)3 21 87 59 58, Fax: +33 (0)3 21 87 59 65

Lionel Flageul

Discount sur la morue

Cette année, la morue trempe dans les chaumières ! Après les pêcheurs, les scientifiques observent un retour sensible du cabillaud. Pour la première fois depuis 17 ans, le stock des grands bancs de Terre-Neuve donne des signes de reconstitution encourageants. En mer du Nord et en mer de Barents, les quotas sont en hausse. À la poursuite de devises, l'Islande lâche du lest et augmente les possibilités de captures. Résultat : les prévisions de débarquements d'Atlantique nord oscillent entre 830 000 et 860 000 t, soit 4 à 12 % de hausse selon les sources.

Fausse bonne nouvelle, diront les écologistes car ce sursaut de l'offre mondiale tiendrait en partie au réchauffement de l'eau… Fausse bonne nouvelle diront les exportateurs nordiques qui voient les prix du filet surgelé dégringoler de 25 % en un an. En frais, les marchés ne répondent guère mieux : 4 €/kg le filet venu de Pologne, 7,50 €/kg ce dos importé d'Islande…

Au-delà des excès engendrés par l'atonie de la demande, les distributeurs estiment, pour leur part que *« le cabillaud était monté trop haut »*. Ce réajustement douloureux ne serait finalement pas si néfaste. Du cabillaud à la cantine plutôt que du panga, c'est plutôt éducatif. En attendant un retournement du marché dont les cycles sont de plus en plus courts, de plus en plus rapides, de plus en plus imprévisibles.

Dossier : Bruno VAUDOUR

Cod on sale !

Scientists are just now beginning to see what the fishermen have been noticing – the return of the cod. For the first time in seventeen years stocks along the Grand Banks off Newfoundland are beginning to show encouraging signs of recovery. Quotas have been increasing in both the North and Barents Seas. Iceland, badly in need of hard cash, is shedding its ballast and allowing larger catches around its shores. As a result, forecasts of catches from the North Atlantic for this year are wavering between 830,000 and 860,000 tonnes – a rise of between 4% and 12% depending on the sector in which the catches are made.

The ecologists say this is just a false dawn, for this jump in the quantities on offer, world wide, is in part due to the warming of the waters. Exporters from the Nordic countries, too, see it as a false sign of hope, for they have seen the price of a frozen fillet slump by 25% over the past year. And the market for fresh cod is not doing much better : €4.00/kg for a fillet imported from Poland, €7.50/kg for the back from Iceland.

Over and above any excesses caused by the lack of customer demand, distributors estimate that, from their point of view, "cod had priced itself out of the market". But this whole sorry story of readjustment may not be as bad as it at first seemed. Cod on the canteen menu in place of pangasius – it's beginning to look possible.

Trop de cabillaud ?

Le déséquilibre entre la reprise des débarquements d'Atlantique Nord et l'atonie de la demande, dévalorise le roi des poissons blancs. Les exportateurs nordiques accusent le coup.

Lionel Flageul

Apports très importants de cabillaud cet hiver sous les criées du sud-Bretagne.

En quelques mois, un retournement brutal s'est opéré sur le marché du cabillaud. À la raréfaction de l'espèce constatée depuis 20 ans, les pêcheurs opposent un retour en force du roi des poissons blancs à partir de leurs observations. Fait que les scientifiques confirment, avec certaines nuances, dans les zones de prédilection de l'animal. Au Groenland, le parallèle entre la baisse des captures de crevettes nordiques et la reconstitution de la biomasse de cabillaud est désormais admis par les scientifiques.

La modification de l'écosystème lié à la température de l'eau semble être un paramètre déterminant selon George A. Rose de la Memorial University à Saint-Jean-de-Terre-Neuve. Le chercheur canadien explique que l'effondrement des stocks, après des années de prélèvements, correspondait aussi à un refroidissement de l'eau inédit de 1972 à 1996. Bouleversement qui fut profitable à des espèces comme le crabe des neiges. Depuis que la température remonte à des niveaux plus habituels, les stocks de cabillaud et de capelan s'en trouveraient mieux. En tout cas, George A. Rose a créé la surprise lors du North Atlantic Seafood Forum (NASF) d'Oslo en mars, en annonçant la reconstitution sensible du stock de cabillaud sur les grands bancs canadiens, pour la première fois depuis 17 ans.

Autres signes encourageants, la hausse des quotas européens en Mer du Nord valide les efforts réalisés, à la fois sur la gestion de la ressource et la lutte contre la pêche illégale. Même le WWF a donné son feu vert pour que les Russes et les Norvégiens augmentent leurs captures dans le premier gisement mondial de cabillaud qu'est la mer de Barents. Enfin, les Islandais ont augmenté les quotas 2009 de 30 000 t pour tenter de combler les ravages de la crise financière. Même si la pêche est l'un des piliers de l'économie réelle islandaise, cette hausse des captures est très controversée (1).

Partout en Atlantique nord se dessine donc une nette reprise de l'offre. Les prévisions du dernier Groundfish Forum tablaient sur 828 000 t cette année (+ 4,3 %) et celles du NASF encore davantage : 860 000 t (+ 12 %). Les apports de morue du Pacifique, en revanche, s'annoncent stables, autour de 330 000 t. Présente sur les deux océans, la Russie détient la première position (2) (22 % de l'offre mondiale), suivis par la Norvège (19 %), le Canada et les États-Unis (18 %). Le reste se partage entre l'Islande, le Groenland et l'Union européenne.

Blocs : -25 % en un an

Face à l'attentisme des acheteurs, la chute des prix du cabillaud ne s'est pas fait attendre : - 25 % en un an pour les filets congelés. Chute également des cours du cabillaud frais en Norvège, en Islande, en Pologne où les offres de filets descendent à 4 €/kg… *« Il y a un an, les prix élevés du cabillaud ne pouvaient affronter les bas prix du poisson d'élevage asiatique »* remarque Kolbjorn Giskeodegoud chez Nordea, groupe né de la fusion de quatre banques scandinaves. La réalité est différente à présent. Et l'analyste financier de faire le lien entre la dégradation des cours de la morue avec celle des actions de compagnies norvégiennes spécialisées en poissons blancs.

Les éleveurs figurent parmi les premières victimes de la dévalorisation du cabillaud. Difficile de passer dans le vert avec un coût de production autour de 2,5 €/kg pour un poids moyen à l'abattage de 3,2 kg. Depuis 2006, la production des fermes avait beaucoup grimpé en Norvège, en Islande et au Royaume-Uni, jusqu'à atteindre 17 000 t l'an dernier. Mais cette année marquera un coup d'arrêt dans la croissance de l'offre aquacole.

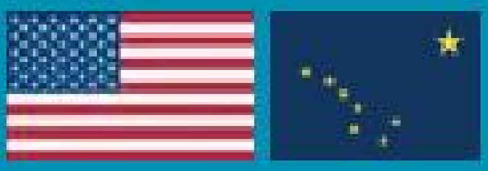
(1) Parallèlement, les Islandais se sont octroyés un quota exceptionnel de 130 000 t de maquereau.
(2) Cabillaud atlantique et pacifique confondus.

UNE CAMPAGNE DE SÉDUCTION TOUTE NORVÉGIENNE

Salage de morue aux Lofoten

La Norvège soutient ses exportateurs. Après des résultats décevants à l'export en 2008, la Norvège fait la promotion du cabillaud sur le marché européen (Suède, France, Espagne et Royaume-Uni). Campagnes de presse, affiches, auto-collants, kits de vente, l'enveloppe marketing est de 2,3 millions d'euros. *« Nous disposons effectivement d'un budget supplémentaire pour communiquer sur le cabillaud. La campagne média l'associe au saumon, à la fois auprès des poissonniers, des grandes surfaces et de l'Atelier des chefs qui coordonne 50 écoles culinaires »* confirme Johan Kvalheim, responsable du Centre des produits de la mer de Norvège à Paris.

Afin d'aider les armements à vendre, les autorités norvégiennes proposent aussi un plan de garantie à hauteur de 60 millions d'euros. La baisse des prix du cabillaud pénalisant les résultats des sociétés spécialisées telles que Codfarmers, Aker Seafoods ou Domstein.



Communiqué

- ***Sauvage, des eaux pures et froides de l'Alaska U.S.A.*** *FAO 67*
- ***Issu d'une pêche durable et raisonnée***
- ***Des filets d'un bel aspect et facilement transformables***
- ***Une chair ferme, savoureuse et nacrée***
- ***Riche en vitamines B et C***

Le Cabillaud du Pacifique Nord

(Gadus Macrocephalus) Pacific Cod – Alaska Cod

Dos de Cabillaud d'Alaska-Piment d'espelette

La pêche s'effectue sur 2 saisons : Janvier à Mars puis d'Août à Décembre ; la fermeture a lieu dès que les quotas sont atteints. L'espèce n'est pas en danger.

Son poids moyen est de 2,2 kg à 4,5 kg. Il est disponible congelé toute l'année, ses filets se dégustent au naturel, entrent dans la création de plats cuisinés ou de poissons panés.

Ses œufs et sa laitance sont transformés ou servis dans des restaurants très sélects.

Morue du Pacifique Nord (origine Alaska)

Décongelé, puis salé ou salé-séché, le Cabillaud Sauvage du Pacifique Nord devient la Morue du Pacifique (Gadus Macrocephalus) aujourd'hui très prisée en Europe.

Pour plus d'informations sur le Cabillaud Sauvage du Pacifique Nord :
www.alaskaseafood-westeurop.com Les Poissons d'Alaska fiche produit téléchargeable

ALASKA SEAFOOD

Sauvage, Naturel & Durable

CONTACT ALASKA SEAFOOD
MARKETING INSTITUTE WESTERN EUROPE

Markonsult 58, rue Pottier - 78150 Le Chesnay
Tél : 01 39 23 20 07 – Fax : 01 39 23 20 17
e-mail : nmasson@alaskaseafood.org - www.alaskaseafood.org
Crédit Photo : ASMI

La transformation ou la qualité **en jeu**

Première espèce de poisson blanc importée par l'Union européenne, le cabillaud nordique transite de plus en plus par la Chine.

Avec 950 000 t (1), l'Union européenne est l'un des marchés les plus demandeurs en cabillaud, mais près de 90 % des approvisionnements viennent des pays tiers. La Norvège et l'Islande gardent encore une position dominante avec 55 % de part de marché, malgré l'inexorable poussée de la Chine, à qui les Scandinaves, les Américains et les Russes vendent de grosses quantités de cabillaud vidé et décapité. Ce même poisson revenant en Europe sous forme de filets double congélation. Parallèlement à l'émergence de la Chine comme transformatrice de poissons blancs, les importations européennes de panga vietnamien ont été multipliées par 7,5 entre 2004 et 2007. Elles dépassent à présent les 520 000 t sous forme de filets surgelés. Lors du North Atlantic Seminar d'Oslo en mars, Yngve Myhre, patron du groupe norvégien Aker a souligné les dérives constatées parfois sur les blocs surgelés de panga ou de tilapia : « *Les consommateurs sont mal orientés, ils croient acheter 500 g de poisson blanc, en réalité, ils en achètent 400 g, plus 100 g d'eau. Sans savoir que ces espèces ne présentent pas non plus les mêmes arguments nutritionnels* ».

Il n'empêche, cette masse de produits d'élevage a compensé largement la baisse des captures de poisson blanc sauvage. À commencer par le cabillaud, dont les volumes importés par l'Union étaient supérieurs à un million de tonnes jusqu'en 2005. La montée en puissance de l'Asie a modifié les exportations scandinaves et nord américaines de cabillaud vers l'Union. Premier fournisseur des 27, la Norvège exporte moins de cabillaud frais entier, idem pour l'Islande : de 2004 à 2007, ces approvisionnements ont baissé de 30 %. À l'inverse, les découpes de cabillaud frais en provenance de Norvège ont grimpé de 17 %.

Lionel Flageul

Du cabillaud sous toutes les coutures *made in china*.

Vers une relocalisation partielle ?

L'Islande reste toutefois leader sur ce segment avec 66 % de part de marché. Beaucoup d'opérateurs scandinaves privilégient aujourd'hui les découpes fraîches sous atmosphères pour le libre-service. Aker va ainsi rationaliser sa production de filets ultra-frais en barquette étanche en spécialisant ses trois usines de transformation. Objectif, réduire les coûts de production et valoriser en frais le cabillaud vidé décapité, plutôt qu'exporter en Chine.

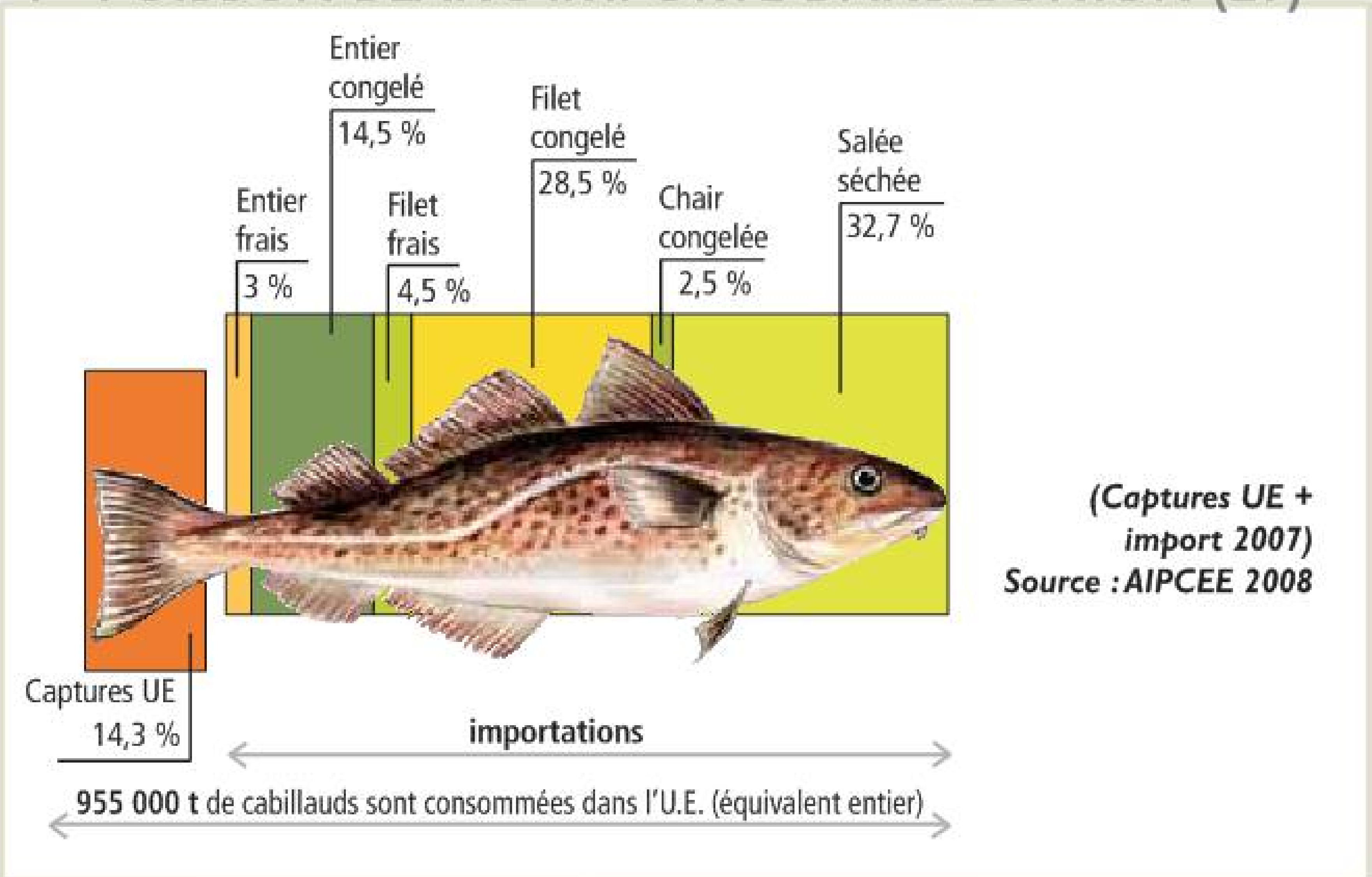
Sur le terrain du congelé, les importations de poissons entiers restent assez stables, en revanche, la géographie des approvisionnements se modifie : les Russes sont de moins en moins présents sur le marché européen, à la différence des Américains qui ciblent notamment les acheteurs de morue du sud de l'Europe.

Près de la moitié de la demande européenne porte sur du filet de cabillaud congelé. En trois ans, les importations ont poussé de 20 % et la Chine sort gagnante avec 46 % de part de marché. L'Islande arrive en deuxième position avec presque deux fois moins de produits, suivis, loin derrière par la Norvège et la Russie. Poussée rapide également de la chair de cabillaud congelée d'origine chinoise qui distance les blocs islandais.

Très gros marché enfin, la morue (salée-séchée) reste le pré carré des Nordiques. En perte de vitesse de 10 % entre 2004 et 2007, la morue garde ses lettres de noblesse en Italie (stockfish) ainsi qu'en Espagne et au Portugal où le poisson est souvent importé salé.

Quel que soit le segment de marché du cabillaud, la concurrence s'accélère avec la baisse des prix. D'où le risque d'une transformation à moindre coût. La double congélation de cabillaud n'est pas le seul apanage des Chinois. Islandais et Norvégiens retravaillent aussi du cabillaud entier (VDK) surgelé après d'importants pics d'apports. Bon nombre d'opérateurs scandinaves affichent aussi leur volonté de relocaliser la transformation de blocs surgelés pour fabriquer des produits à valeur ajoutée.

1ER POISSON BLANC IMPORTÉ DANS L'UNION (27)



CORNIC
Spécialiste du poisson blanc surgelé
soutient la pêche durable
www.msc.org
MARINE STEWARDSHIP COUNCIL
C-BV-56237-FR
Cabillaud MSC®
Colin MSC®
Eglefin MSC®
Pêche maîtrisée
Production
Stockage
OCEANIC®
...La maîtrise des produits de la mer
Leader français pour la production et la commercialisation du cabillaud, colin lieu, et eglefin avec un volume de 12 500 Tonnes en 2008, CORNIC apporte son soutien total pour une pêche durable et respectueuse de l'environnement et propose sous sa marque du cabillaud, du colin lieu et de l'églefin MSC® sous les formes suivantes :
- Dos calibrés sans arêtes,
- Portions calibrées sans arêtes,
- Filets sans arêtes.
Ces produits proviennent de pêcheries qui ont répondu au référentiel environnemental du Marine Stewardship Council (MSC) pour une pêche durable et bien gérée.
Découpe
Portion
Dos et coeur de filet
OCEANIC est une marque CORNIC S.A.S.
3, Zone Artisanale - Route de Sassetôt-le-Mauconduit - 76540 THEROULDEVILLE - FRANCE - Tél. 02 35 10 37 60 - Fax 02 35 29 80 60 - E.mail : info@cornic.com - Site : www.cornic.com

NORFRA
Producteur et exportateur
de cabillaud d'élevage, cabillaud sauvage, Grand Nord
1er
EN QUALITÉ
LE SPÉCIALISTE DU CABILLAUD
Entier, dos et filets
ÉLEVAGE DURABLE
Strandveien 106 - B.P. 6270, NO-9292 Tromsø
Tél. 47 77 60 24 00 - Fax 47 77 60 24 25 - postmaster@norfra.no www.norfra.no

Jean-Louis Meuric, directeur des achats de **Davigel**

« Le cabillaud était monté trop haut »

Bruno Vaudour

La filiale du groupe Nestlé adapte son offre de cabillaud à tous les segments de la restauration commerciale et collective.

PDM.- **Que pensez-vous de l'évolution des prix du poisson ?**

Jean-Louis Meuric.- Il importe de distinguer le cabillaud dont les prix étaient trop élevés du fait de la pénurie et de la demande britannique, du cas des autres espèces. Le cabillaud a vu ses prix baisser fort logiquement et ils ne devraient pas remonter très haut. En effet, les apports ont augmenté structurellement et la demande ne peut croître en proportion. Pour les autres poissons blancs, la demande est faible conjoncturellement. Faute de relais financiers suffisants, les transformateurs ne peuvent porter leur niveau de stock habituel. La demande devrait toutefois reprendre et comme la disponibilité est toujours réduite, l'effet se fera alors sentir par une hausse substantielle des prix.

Le cabillaud est-il toujours la référence ?

Aujourd'hui, ce n'est plus une espèce industrielle. Fait révélateur, Mac Donald a longtemps été le premier acheteur de cabillaud puis il est passé au colin d'Alaska, il y a une quinzaine d'années. Pour notre part, nous travaillons toutes les espèces avec des référents très précis, telle matière première pour tel produit. Il y a une corrélation très nette, par exemple, entre le lieu noir et le colin d'Alaska, avec un passage de l'un à l'autre. Le premier en euros, le second en dollars, cela se suit.

Aujourd'hui, les volumes de cabillaud reviennent, on va le retrouver en bloc à scier pour les collectivités, ce qui n'était plus le cas.

En tant que fournisseur-distributeur spécialisé en restauration, quels cabillauds proposez-vous ?

Du frais, même si cela représente une petite part de notre activité. Le conditionnement est en cartons, les filets sont sous vide avec atmosphère modifiée. Mais le surgelé est notre métier de base. Les dos IQF origine Terre-Neuve et Norvège sont surgelés terre.

La seule production surgelée bord que nous commercialisons est la production de filets *interleaved (1)* du Cap Nord. Davigel assure l'ensemble de la commercialisation des captures de ce bateau, armé par Euronor. Nous complétons ces apports par des filets islandais *interleaved (1)*.

Faites-vous du cabillaud double-congélation ?

Parce qu'il y a une segmentation des clients, nous ne pouvons ignorer ce type de demande. Des dos IQF double congélation en provenance de Chine sont donc au catalogue. Je précise toutefois que l'écart qualitatif entre simple et double congélation est moins important pour le cabillaud que pour le colin d'Alaska.

Et le panga ?

Nous ne lancerons le filet de panga surgelé que lorsque nous aurons toutes les garanties nécessaires sur la qualité organoleptique, la sécurité alimentaire et le développement durable. Le tilapia, en revanche, fait déjà partie de notre offre, à partir de deux origines sud-américaines. Nous sommes allés voir sur place, en Équateur et au Costa Rica, nos filières intégrées et sécurisées avec une alimentation des poissons basée à 90 % sur du végétal.

Vous achetez combien de tonnes de poisson par an ?

Plus de 25 000 t de produits aquatiques, congelés et frais confondus. Nous sommes trois acheteurs spécialisés en produits de la mer. En tant que responsable global des achats de l'entreprise, je ne m'occupe directement que des blocs de poissons. Il est important de rester en prise directe avec le métier, et puis, c'est mon « jardin » depuis 29 ans !

DAVIGEL : ACHETEUR, TRANSFORMATEUR, DISTRIBUTEUR

Le groupe Davigel (736 millions de chiffre d'affaires) importe, transforme et livre directement ses clients. Les produits aquatiques représentent un tiers de son activité. Une centaine de fournisseurs (pêcheurs ou aquaculteurs) sélectionnés dans plus de 35 pays, approvisionne l'entreprise. Ses achats portent sur une quarantaine d'espèces de poissons. Son catalogue comprend quelque 240 références dont 66 pour la gamme Terre & Mer, spécialement destinée à la restauration commerciale. Davigel est également très présent en collectivités. Draconienne sur la sécurité alimentaire, l'entreprise dont le siège est à Dieppe (France), emploie 8 personnes au contrôle des produits de la mer : 5 à 6 paramètres par lot sont vérifiés sur 5 000 lots chaque année.

D.R.

(1) séparé par un film alimentaire.

© dvlprod.fr / fotolia.com

Coudène

Michel COUDENE SAS - 600, avenue Campello - 30 380 SAINT-CHRISTOL-LEZ-ALES
■ TEL : 04 66 60 77 50 ■ FAX : 04 66 60 78 47

www.coudene.com

Panga contre cabillaud…

Le contexte récessif est favorable aux espèces à bas prix mais l'abondance retrouvée du cabillaud le rend plus attractif…

Du dos de cabillaud, un peu jauni certes, à 9,80 €/kg dans les hypers français, c'est désormais possible ce printemps, tout comme du filet à 6,90 €… Bingo pour ceux qui privilégient - et ils sont nombreux - les espèces premiers prix. Mais, le roi des poissons blanc au prix du panga, on avait encore jamais vu. *« C'est très dur »* reconnaît Stéphane Weston, directeur commercial d'Ice fresh Seafood, la marque de l'armement Islandais, Samherji, *« il y a des offres à prix cassés de toute la Scandinavie. Certains opérateurs font n'importe quoi ! On arrive quand même à s'organiser avec les grandes enseignes en proposant un prix attractif pour un produit haut de gamme comme le dos de cabillaud. L'intégration complète de la filière par Samherji nous permet de tenir le coup. »*

Très mal valorisé dans les ports européens, le cabillaud frais devient, malgré lui, un compétiteur du lieu noir et indirectement, du panga. Avec un avantage de taille : son aura de roi des poissons blancs reste intacte. Dans le contexte actuel, la baisse des cours à l'avantage d'attirer le client. Sur les douze premières semaines 2009, les prix de détail relevés dans une centaine d'hypers et de supermarchés s'échelonnent entre 12 €/kg et 17 €/kg, soit *grosso modo* 2 € de moins que l'année précédente. Preuve que le grand commerce met l'accent sur les promotions. *« En revanche, ce n'est pas le cas des petits poissonniers, beaucoup maintiennent des étiquettes autour de 20 €/kg. Par les temps qui courent, cela bloque complètement le marché »* regrette Stéphane Weston.

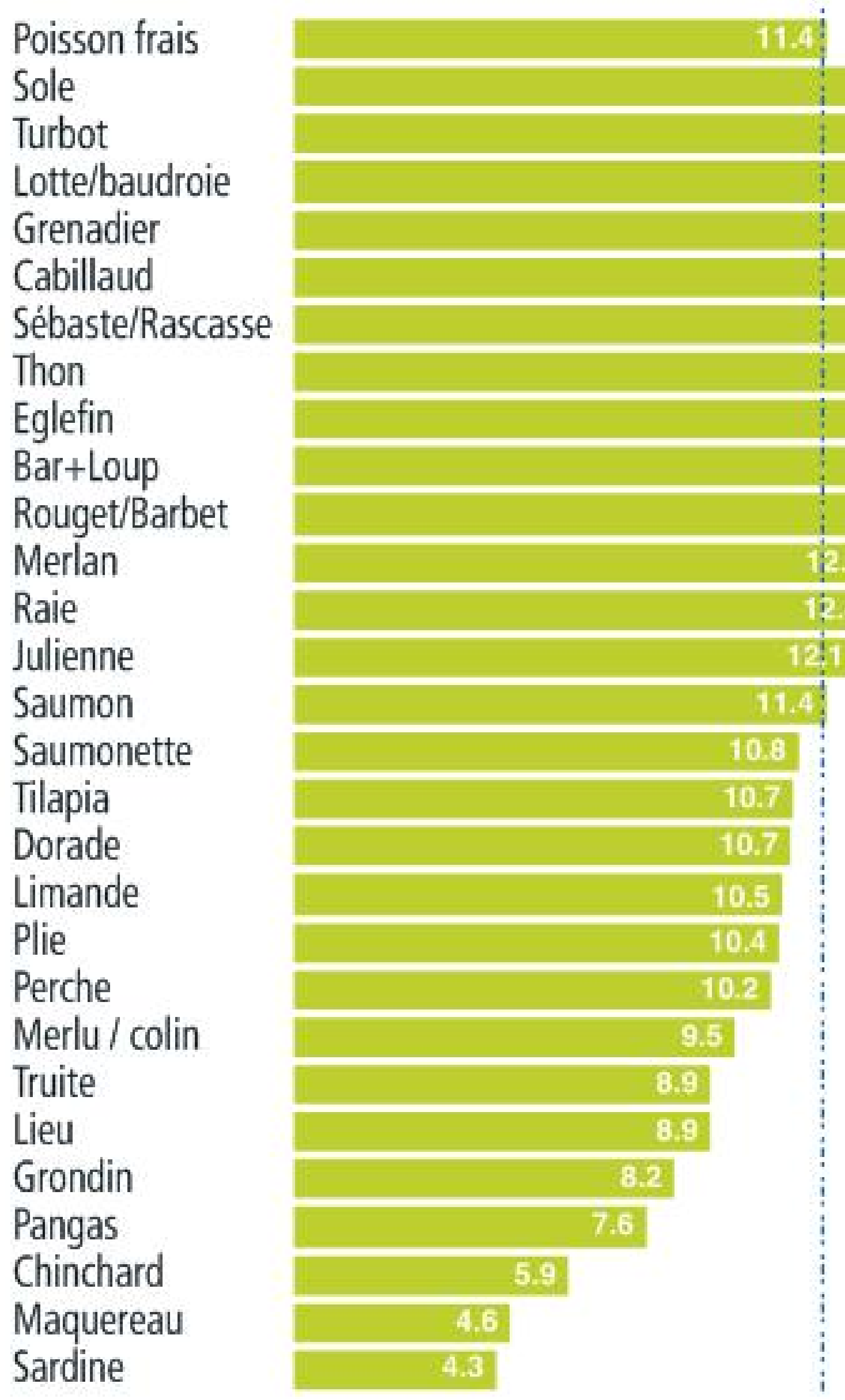
Filet baltique, origine Pologne 6,90 €/kg

Un marché extrêmement sensible aux variations de prix observe le Credoc (1). L'enquête de consommation du centre de recherche révélait déjà en 2008 les inquiétudes des Français : *« le ralentissement du pouvoir d'achat et de la consommation, conduit les consommateurs à des comportements d'achat très mesurés. »* Symptomatique d'un réflexe de repli en période de crise, le critère d'achat « origine française » a progressé entre 2007 et 2008 ; à l'inverse, les critères marques ou label de qualité ont chuté respectivement de 11 à 13 points.

Parmi les produits dont les prix sont systématiquement regardés selon le Credoc, les coquillages et poissons frais arrivent en 5e position (après les légumes, la viande, les boissons). *« Les Français, s'ils devaient avoir davantage de difficultés financières, projettent de réduire leurs dépenses, en poissons et coquillages frais »* soulignaient ses analystes cet automne. La mévente en marée depuis le début de l'année leur a donné raison. L'enquête consommation réalisée en 2008 confirme l'arbitrage croissant en faveur des produits économiques : on supprime le superflu comme les plats cuisinés ou les produits traiteurs. En revanche, l'attrait des produits frais à cuisiner soi-même se confirme, ainsi que les surgelés. Dans ce contexte, le cabillaud congelé puis fileté en Chine, a toutes les chances de progresser. Et d'inciter, les Nordiques à exporter, eux aussi, des filets double-congélation.

(1) Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie.

En haut de l'échelle en 2006

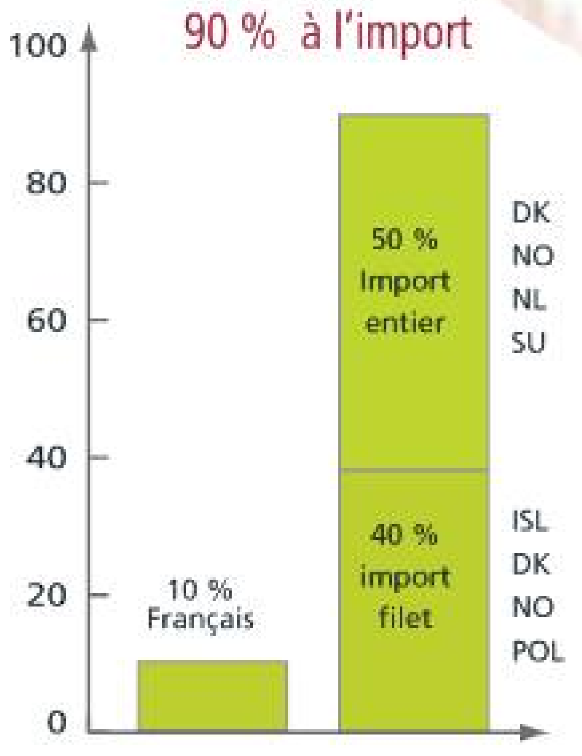


Source TNS

Prix moyen / Kg au détail

Il y a un an, le cabillaud affichait des prix de détail très élevés.

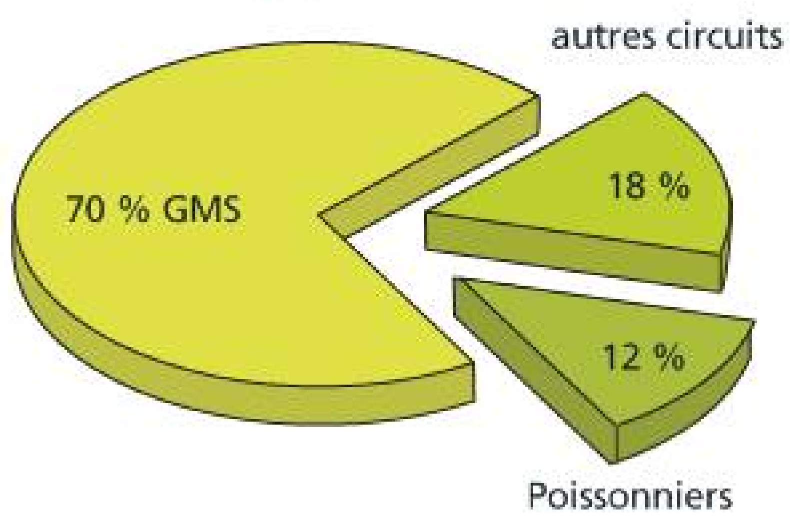
90 % à l'import



Source Ofimer

Approvisionnement de cabillaud frais en France

Circuit au détail



COD FARMERS
#1 en cabillaud d'aquaculture
67° north
above the Arctic Circle
Why spend your valuable time solving daily supply, quality, traceability and price issues when you could focus on developing your business instead?
Partenaire sur le long terme de vos achats et campagnes promotionnelles, nous vous garantissons:
Qualité
· Une mer aux courants puissants et température stable.
· Maîtrise totale de l'écloserie à votre assiette.
· Livré chez vous 1 à 4 jours après récolte.
Fiabilité
· Garantie de livraison toute l'année en direct de nos fermes.
· Dos et filets de cabillaud ultra frais et pre-rigor.
Sécurité
· Certification BRC, HACCP.
· Traçabilité totale.
· Programme d'aquaculture responsable.
www.codfarmers.com Bureau de Ventes en France: +33 391904878 / fra@codfarmers.com

Kennemervis
France
DÉCOUVREZ NOTRE NOUVELLE GAMME LS !
www.le-fish.com
Pratique : panier égouttoir.
Une petite fourchette amovible est incorporée dans le couvercle.
Mais aussi...
Poissons frais :
. Cabillaud (Dos - Filets)
. Lieu Noir (Dos - Filets)
. Découpes de saumons...
Pangas (Remis en frais)
Poissons fumés (GRAVIS Notre usine)
Marinades de harrengs
Anchois marinés
Salades marines
Poissons surgelés...
Kennemervis
KENNEMERVIS FRANCE : 74, rue Nicolas APPERT - 62200 BOULOGNE-SUR-MER
Tél. +33 (0)3 21 87 20 66 - Fax. +33 (0)3 21 92 87 29 - E.mail : kennemervis@orange.fr
11 SOCIÉTÉS EN EUROPE
www.kennemervis.com

Prix d'élite

Et les vainqueurs sont...

Comme chaque année, les Prix d'Élite auront créé leur lot de frissons chez les trente-six finalistes encore en compétition, au moment de la distribution des trophées. Pour l'édition 2009, le jury a distribué sept récompenses à six lauréats à l'issue d'une journée de discussion, de dégustation et de sélection.
Dans cette compétition mondiale qui récompense avant tout l'innovation, quatre-vingt-treize entreprises ont relevé le défi. Des dossiers passés aux cribles par cinq membres du jury, tous des professionnels du secteur. Leurs noms en 2009 : l'Allemand Juergen Pauly, chef de groupe des rayons poissonnerie de Globus, l'Espagnole Gorka Azkona Saez chef de groupe pour Grupo Eroski, le Français Tam Nguyen, chargé des marques de distributeurs et responsable import pour Système U, le Belge Guy Denon, chef de groupe pour le groupe Delhaize et le Britannique Peter Joyner, directeur marketing d'Elior.

LE MEILLEUR NOUVEAU PRODUIT POUR LA DISTRIBUTION

La gamme de prêt à griller de Deutsche See GMBH

Ces filets de saumons ou de pangas, aux épices et aromates pouvant varier au gré des saisons, enrobés dans une feuille de bois ont su séduire le jury. D'abord parce qu'ils sont pratiques à utiliser pour le consommateur final. Ce dernier n'a qu'à déposer « sa bûchette » sur le grill et le tour est joué.
Ensuite, les membres du jury ont aimé la saveur légèrement fumée que prenait la chair de poisson cuit dans sa feuille de bois. Enfin, ils ont apprécié l'originalité du produit, accordant ainsi à Deutsche See Gmbh, le prix de l'originalité en plus.

Les brochettes de queues d'écrevisses d'Alfocan

Vu de l'extérieur, les brochettes de queues d'écrevisses cuites, décortiquées et déveinées présentées par Alfocan n'ont rien de révolutionnaire. Erreur, et c'est ainsi qu'en a décidé le jury qui a vu tout l'intérêt d'un produit garanti 100 % naturel. Alfocan s'engage à n'utiliser pour cette référence que des écrevisses vivantes, sauvages et non d'élevage. Enfin, pour offrir au produit une date de conservation de 8 à 10 jours, l'entreprise espagnole a préparé et emballé ses écrevisses sous atmosphère modifiée.
Enfin, non seulement les qualités organoleptiques ont été reconnues par le jury, mais la facilité d'usage pour les acteurs de la restauration a été appréciée.

LE MEILLEUR NOUVEAU PRODUIT POUR LA RESTAURATION

NOUVEAU
Portions de poissons exotiques
Producteur à Madagascar,
Freshpack
vous propose le meilleur de l'Océan Indien.
freshpack
Globe trotters d'océans
Résidence La Roselière - 52, rue Apolline
62280 St-Martin-les-Boulogne - FRANCE
Tél. +33 (0)3 21 99 04 99 - Fax +33 (0)3 21 99 71 11
www.freshpack.fr - e-mail : contact@freshpack.fr
accima 03 21 32 64 42 Photos: X. Nicostrate Photos non contractuelles

LE PRIX DU MEILLEUR NOUVEL ASSORTIMENT DE PRODUIT DE LA MER

Préparer du poisson reste trop souvent un handicap à sa consommation. Qu'à cela ne tienne, Marine Harvest fait tout pour aider les consommateurs en développant les « prêts à consommer ». Cette année, ce sont ses carpaccios, ses tartares et ses sashimis de saumons et de thon qui ont retenu l'attention du jury.

La gamme Lord Seaforth de Marine Harvest (Belgique)

LE PRIX SPÉCIAL EMBALLAGE

Le saumon fumé bio de The Organic Smoke House (UK)

Est-ce la beauté du pack légèrement oranger, avec des touches de vert, rappelant le coté artisanal du fumage pratiqué par la société britannique qui a touché le jury ? Ou bien est-ce l'action caritative menée ? La réponse est probablement un peu des deux. En effet, 5 pence seront reversés par pack pour aider à restaurer l'habitat naturel des poissons sauvages. Une démarche révélant l'engagement de cette compagnie artisanale de saumon fumé biologique.

LE PRIX SPÉCIAL DE LA PRATICITÉ

Du filet de colin labellisé MSC agrémenté d'un nappage de sauce à la moutarde sur lequel vient se poser un rösti de pomme de terre, telle est la composition du Fish'n Rösti. Pour en faciliter la consommation, Royal Green Land a assemblé ces mini-plats complets surgelés dans une fine couche de panure. Trente minutes au four, et le plat est prêt à déguster pour le bonheur des enfants. Enfin pour lever les appréhensions sur le coté diététique de sa nouveauté, le transformateur a pris soin de travailler en portions.

Les Fish'n Rösti de Royal Greenland (Danemark)

LE PRIX SPÉCIAL NUTRITION ET SANTÉ

Le Seafood Harmony de Vinh Hoan (Vietnam)

Cette papillote de barramundi, agrémentée de Saint- Jacques et de crevettes, garnie de tomates séchées, de câpres, et parfumée d'un léger filet de sauce au beurre et ail grillé, a su titiller les papilles de jury. Ce dernier a ensuite plébiscité le mode de cuisson, très diététique retenu par Vinh Hoan. La papillote a le mérite de cuire son contenu à la vapeur et d'en préserver les propriétés nutritives.

Moules d'origine renommée

Tel: +31(0) 113 572 910
Fax: +31 (0) 113 571 717
info@prinsendingemanse.com
www.prinsendingemanse.com

Prins & Dingemanse®
SINCE 1880

LES COUPS DE CŒUR DE LA RÉDACTION

Barquettes de cœur de filet de thon germon de Blue Quality

Du thon germon au rayon frais c'est déjà rare, du thon germon au rayon frais libre service c'est presque unique. Tranchée finement, la chair rose presque translucide attire l'œil. Avec une garantie «sans arête, jamais congelé et facile à préparer», les barquettes devraient disparaître facilement des rayons. Pour les plus hésitants, Blue Quality donne des idées recettes concoctées par le chef étoilé Robert Kranenborg. Car le thon blanc n'est vraiment excellent que s'il n'est pas trop cuit.

Les prêts à cuire de Gadus

Avec sa gamme de plats cuisinés composés de poissons frais à cuire accompagnés de pâtes aux petits légumes ou de riz sauvage épicés ou encore de petites pommes de terre vapeurs, l'entreprise belge devrait conquérir les consommateurs pressés. Six minutes suffisent en effet à cuire le poisson. Quant aux légumes ou féculents proposées ils sont juste remis à température. Gadus a en effet pensé à les précuire. Une gamme appétissante dont les couleurs ressortent au mieux dans ces barquettes noires qui nous emballent.

À l'île de Groix, la PME française n'a de cesse d'explorer de nouveaux territoires culinaires. Cette année, ses rillettes de maquereau et de thon emmèneront les gourmands sur les routes de l'Orient. Le poivre de Sechuan relève de notes boisées le goût du maquereau, enfin le curry se marie au mieux avec le thon. Vendu en grande surface au prix de 6,50 euros, le coffret de deux verrines, se démarque. Nulle surprise s'il vient en sus de recevoir le prix Meilleur nouveauté 2009 par l'association Produit en Bretagne.

Le duo de rillettes de poisson « La route des Épices » de Groix et Nature

Le « Spanner Crab » de Sovintex

L'importateur français a déniché une nouvelle espèce de crabe, le Spanner ou le *Ranina Ranina* qu'il souhaite voir arriver sur les grandes tables françaises. Le crustacé qui vit à l'Est de l'Australie au nord de Brisbane, à 100 m de profondeur, a la particularité de se nourrir exclusivement de St Jacques et de crevettes. Un régime qui rosit et sucre légèrement sa chair nacrée. Celle-ci se déguste crue, en sashimi ou très légèrement cuite. Un produit nouveau, dont le prix de gros dépasse les 50 €/le kg, celui du détail flirtant avec les 60 €.

Dictionnaire Multilingue des Poissons et Produits de la Pêche

Prix de vente :

70 €

(+ frais de port)

Il y a maintenant plus de dix ans, paraissait la première édition d'un ouvrage attendu par tous ceux qui s'intéressent à la pêche, aux poissons et aux produits de la mer : un dictionnaire multilingue permettant à tout un chacun de se retrouver à travers les appellations internationales de tous les animaux marins et de leurs produits transformés.

Ce **"Dictionnaire Multilingue des Poissons et des Produits de la Pêche"**, *réalisé par l'O.C.D.E. et publié par Fishing News Books Ltd, a connu rapidement un succès considérable et il a fallu envisager, peu d'années après, sa réédition, afin que sa mise à jour soit complète et comporte les nouvelles espèces commercialisées depuis dix ans.*

Le dictionnaire répertorie quelques 1 100 articles. Les textes principaux sont en français et en anglais avec les dénominations en usage dans les principales régions du monde.

Il comporte également un lexique en quinze langues différentes, plus les dénominations scientifiques.

Il s'agit là d'un instrument de travail indispensable, aussi bien aux milieux de l'import-export qu'aux scientifiques, ainsi qu'à tous ceux qui ont à se préoccuper des dénominations des espèces marines.

Les commandes accompagnées du règlement doivent être adressées à :

La Librairie de Marines
CS 16311
35063 Rennes cedex

Commande par téléphone

Tél. : 02 99 32 58 47
Fax : 02 99 32 58 84

Réservé au paiement par carte bleue

FRAIS DE PORT

Montant de la commande	envoi normal	colissimo suivi
Inférieur ou égal à 20 €	4 €	5 €
de 20 à 70 € inclus	5,5 €	6,5 €
de 70 à 130 € inclus	8 €	9 €

Supérieur à 130 €, port offert en colissimo suivi
Hors CEE, nous consulter.

Connemara Seafoods
PRODUCTEUR FABRICANT EXPORTATEUR
Produits Vivants et Transformés
Moules de pêche, Moules de parc
Moules de corde, Huîtres (plates, gigas)
Bigorneaux, Palourdes, Oursins, Homards . . .
Moules
Huîtres
Plats Cuisinés
Le Meilleur de l'Océan . . .
Connemara Seafoods Ltd
Kilmeena Westport Co. Mayo Irlande
T: +353 98 41000, +353 98 41328 F: +353 98 41686 E: sales@connemaraseafoods.com
Responsable pour la France et l'Espagne: Jean-Paul Rondi
T/F: 02 31 933 933 Portable: 06 07 53 66 01 Email: jprondi@wanadoo.fr
www.connemaraseafoods.com

la version électronique
du journal est désormais
disponible
à l'achat au numéro
PdM
Rendez-vous sur
www.lekiosque.fr
Rubrique Presse spécialisée

DELTA*MOSSEL®
Top Quality
Postbus 100 - 4400 AC Yerseke - Holland - Tel. +31(0)113573330 - Fax +31(0)113572330
E-mail: info@deltamossel.com - www.deltamossel.com
kiwa gecertificeerd
kiwa certified
International food standard
IFS

Lionel Flageul

Les moules ne connaissent pas la crise

En 2008, les moules représentaient 20 % des 256 000 t de produits de la mer achetés par la restauration, soit plus de 51 700 t. Un poids non négligeable qui en fait la deuxième famille de produits consommés par ce circuit pour seulement 7,7 % des 1 566 millions d'euros d'achats. De fait, avec leur prix abordable les moules en fait l'un des fruits de mer de prédilection de la restauration : Elles représentent 78 % des 66 300 t de coquillages consommés en 2007.

Les achats des ménages, estimés à 43 719 t en poids net en 2007, sont inférieurs à ceux des restaurateurs. Ces derniers s'approvisionnent principalement en moules fraîches, pour plus de 46 600 t. Il s'y ajoute toutefois plus de 5 000 t de moules surgelées, dont quelque 1 900 t entières et plus de 3 000 t décortiquées.

En revanche, la restauration délaisse les conserves de moules, bien que la France en importe beaucoup. Près de 14 500 t, dont plus de la moitié en provenance du Chili, sont introduits dans l'hexagone contre seulement 3 800 t de moules congelées. Notre premier poste d'importation restant toutefois les moules vivantes : environ 40 600 t en 2007, principalement en provenance d'Espagne et des Pays-Bas, mais aussi d'Irlande, d'Italie, de Grèce et du Royaume-Uni et dans une moindre mesure du Danemark, de Belgique et de Norvège.

Des chiffres qui ne doivent pas faire oublier l'importance de la production française : 62 600 t pour la saison 2006-2007 qui, de toute évidence, ne suffisent pas à satisfaire l'appétit des consommateurs. Celui-ci risque d'aller en grandissant, crise économique aidant. *« Certains de nos clients sont en train de revoir leurs cartes et leurs menus. Ils vont certainement faire une plus grande place aux moules, servies par un rapport qualité/prix imbattable »*, confie un grossiste. Une remarque d'ores et déjà confirmée, dans les actes, par plusieurs chaînes de la restauration commerciale.

Enquête : Anne-Caroline RENARD
Sources : Ofimer/TNS, Gira Foodservice, Confédération nationale de la conchyliculture (CNC)

Mussels – favourite shellfish

Out of the 256,000 tonnes of seafood products bought by French restaurants during 2008, 20% were mussels. These accounted for just 7.7% by value of the € 1,566 millions spent in the whole economic sector. Thanks to its affordable price, the mussel made up three quarters of all shellfish eaten in 2007.

Restaurant owners buy mainly fresh mussels – over 46,600 tonnes of them. They add to this total more than 5,000 tonnes of frozen mussels. The bulk of purchases, though, are fresh – during 2007 the figure was 40,600 tonnes, mainly supplied by Spain and the Netherlands, but also coming from Ireland, Italy, Greece, the United Kingdom and, to a lesser degree Denmark, Belgium, and Norway.

These figures, though, should not make us lose sight of the importance of production in France: 62,000 tonnes during the 2006/2007 season which was, apparently, still not enough to satisfy consumers' appetites. Encouraged by the current economic crisis and by the mussels' unbeatable reputation as value for money, some restaurant chains have now begun to feature mussels on their menus.

Demarne, fournisseur de moules fraîches

« Un développement axé sur les chaînes de restauration commerciale »

PDM.- **Comment caractérisez-vous la demande de moules fraîches de la restauration ?**

Guillaume Tanguy.- Elle porte sur un produit PAC (prêt à cuire). Ce qui inclut l'absence de parasites (« pocks », balanes et autres coquillages sur les coquilles), de sable, de petits crabes, et surtout, l'absence de byssus. Nous proposons à la restauration des sacs 15 kg de moules débyssussées et des barquettes 10 kg. Ces dernières, étanches, suppriment les fuites d'eau mais doivent être maintenues entre +1 et +4 °C.

En termes de calibre, les Français ne sont pas demandeurs de grosses moules, contrairement à la Belgique par exemple. Mais ils sont aussi réticents à consommer des petites moules, pour une question de temps. Le calibre habituellement demandé en restauration est de l'ordre de 80-90 pièces/kg pour une moule de fond, 60-80 pièces/kg pour une moule de corde et 110-130 pièces/kg pour la bouchot. Le nombre de pièces au kilo dépend de la quantité d'eau, du taux de chair, de la taille et du poids de la coquille. Pour la taille, 4,5 cm est le minimum requis. Pour le taux de chair, nous nous sommes fixés un minimum de 25 % pour une moule de fond et de 30 % pour une moule de corde, la bouchot dépassant dans tous les cas les 30 %. Nous parlons ici des produits destinés aux cocottes marinières et autres *planchas*.

Pour les moules crues servies sur les plateaux de fruits de mer, ou encore farcies, nous sommes habituellement sur une origine Espagne, avec environ 30 pièces/kg.

DEMARNE
Depuis 1929

L'activité des établissements Demarne a débuté en 1929 sous les Halles de Paris avec les moules. À ce titre, l'entreprise fête cette année ses 80 ans d'existence. Si elle s'est diversifiée, elle reste un spécialiste de la moule fraîche, dont elle achète et revend 7 500 t par an (dont un peu plus de la moitié pour la restauration). Ce qui représente environ 30 % de ses ventes en volume.

PDM.- **Certains de vos clients ont-ils des exigences spécifiques ?**

Le service restauration de Demarne Rungis a axé son développement sur les chaînes de restauration commerciale. Nous avons donc des demandes bien précises. Pour la moule, nous pouvons acheter des lots importants, mais qui se doivent être homogènes. Les restaurants d'une même enseigne ne peuvent proposer des calibres ou des taux de chair différents. Le consommateur doit associer l'image de la chaîne à une qualité déterminée, identique quel que soit l'établissement. C'est pourquoi, pour référencer un produit, nous passons par une phase d'échantillonnage qui peut durer plusieurs jours ou semaines. Nous effectuons ensuite un test de cuisson, pour vérifier le taux de remplissage, le calibre, la taille, la propreté, et déceler une éventuelle fragilité… Cela nous permet de commercialiser le produit lorsqu'il est vraiment à maturité.

La restauration indépendante n'en reste pas moins importante pour nous. Nous pouvons lui proposer d'autres produits, des opportunités commerciales qui aideront à la fois les petits producteurs et le restaurateur. Celui-ci communiquera ainsi plus facilement sur son plat du jour. D'autant plus qu'en raison de son prix de vente assez faible, le marché de la moule est très bataillé.

PDM.- **Quels contrôles de qualité effectuez-vous sur les moules ?**

Nos services achats travaillent en étroite collaboration avec notre service qualité. Nous avons mis en place un système de veille sanitaire, et outre les contrôles réguliers des services vétérinaires, un laboratoire indépendant prélève et analyse tous nos produits. Nous auditons aussi régulièrement nos fournisseurs et nous aidons nos clients dans l'élaboration de leurs cahiers des charges.

Concernant la moule, l'état d'ouverture des zones est systématiquement contrôlé. Nos fournisseurs nous transmettent régulièrement leurs résultats d'autocontrôles et de prélèvement avant et après épuration. Nous demandons des analyses microbiologiques, de phycotoxines (DSP, ASP, PSP…). Nous avons élaboré un manuel qualité spécifique à la moule.

D.R.

Guillaume Tanguy, co-responsable du service restauration de Demarne Rungis.

DES MOULES FRAICHES TOUTE L'ANNÉE EN EUROPE

	janvier	février	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.
Allemagne et Pays-Bas	Achat	Achat	Achat	Peu d'achat	Pas d'achats	Pas d'achats	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat
Danemark Norvège	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Peu d'achat	Achat
Irlande Pays de Galles	Achat	Achat	Achat	Peu d'achat	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Peu d'achat	Achat	Achat	Achat
Italie	Pas d'achats	Pas d'achats	Peu d'achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Peu d'achat	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats
Grèce	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Peu d'achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Peu d'achat	Pas d'achats	Pas d'achats
Bouchot (France)	Achat	Achat	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Peu d'achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat
Barfleur (France)	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Pas d'achats	Achat	Achat	Achat	Achat	Peu d'achat	Pas d'achats

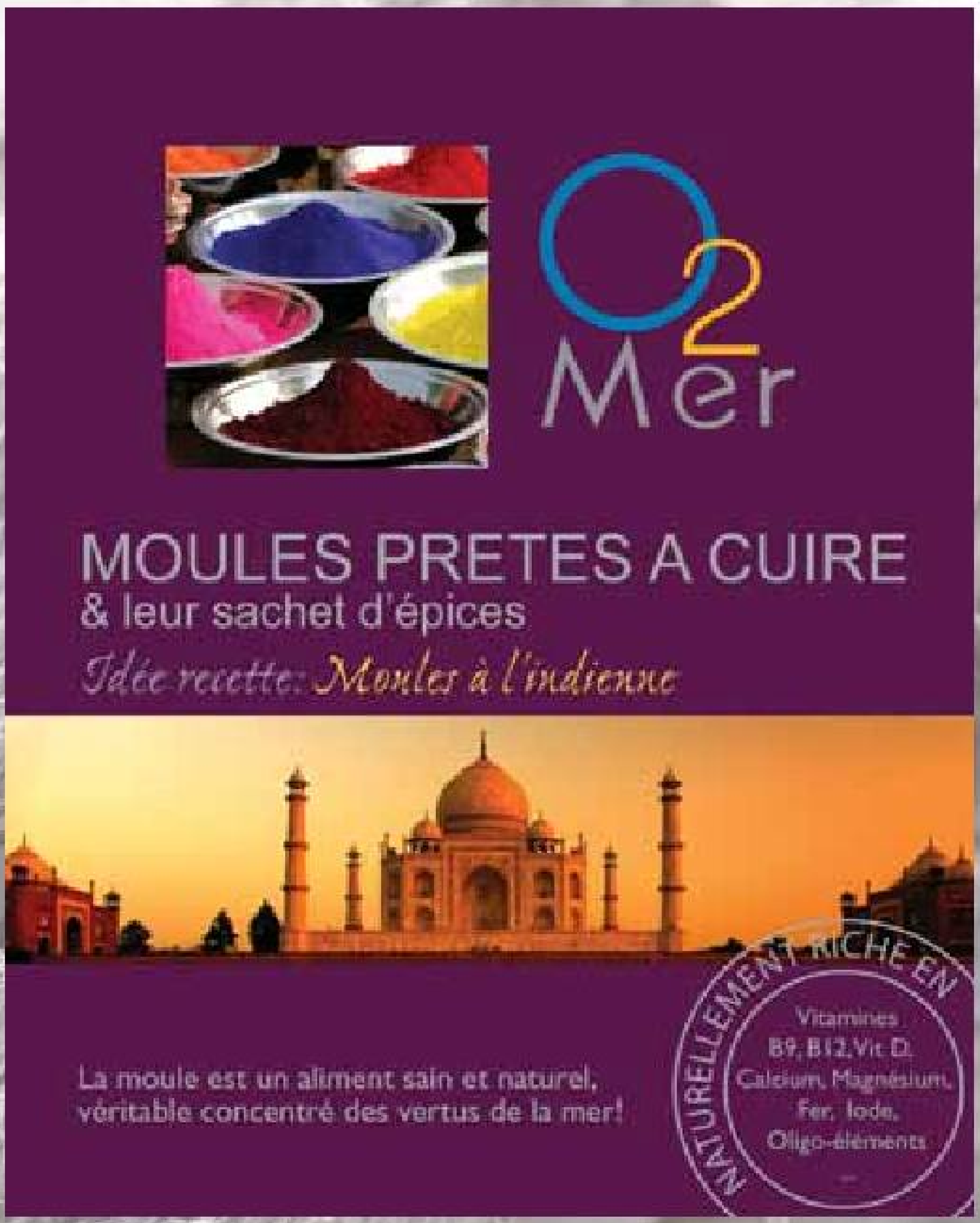
En jouant sur les origines et les saisons, il est possible de commercialiser des moules fraîches toute l'année. (Source : Demarne Frères)

Pas d'achats — *Achat* — *Peu d'achat*

O2 Mer

Les bienfaits de la mer

Sachet d'épices
NOUVEAU
à l'interieur



Moules prêtes à cuisiner et leur sachet d'épices.
Découvrez des recettes originales:
moules à l'indienne, à la marocaine, à l'italienne marinière et aux épices de la mer!

O2mer vous invite au voyage et vous fait découvrir son tour du monde des recettes!

O2 Mer

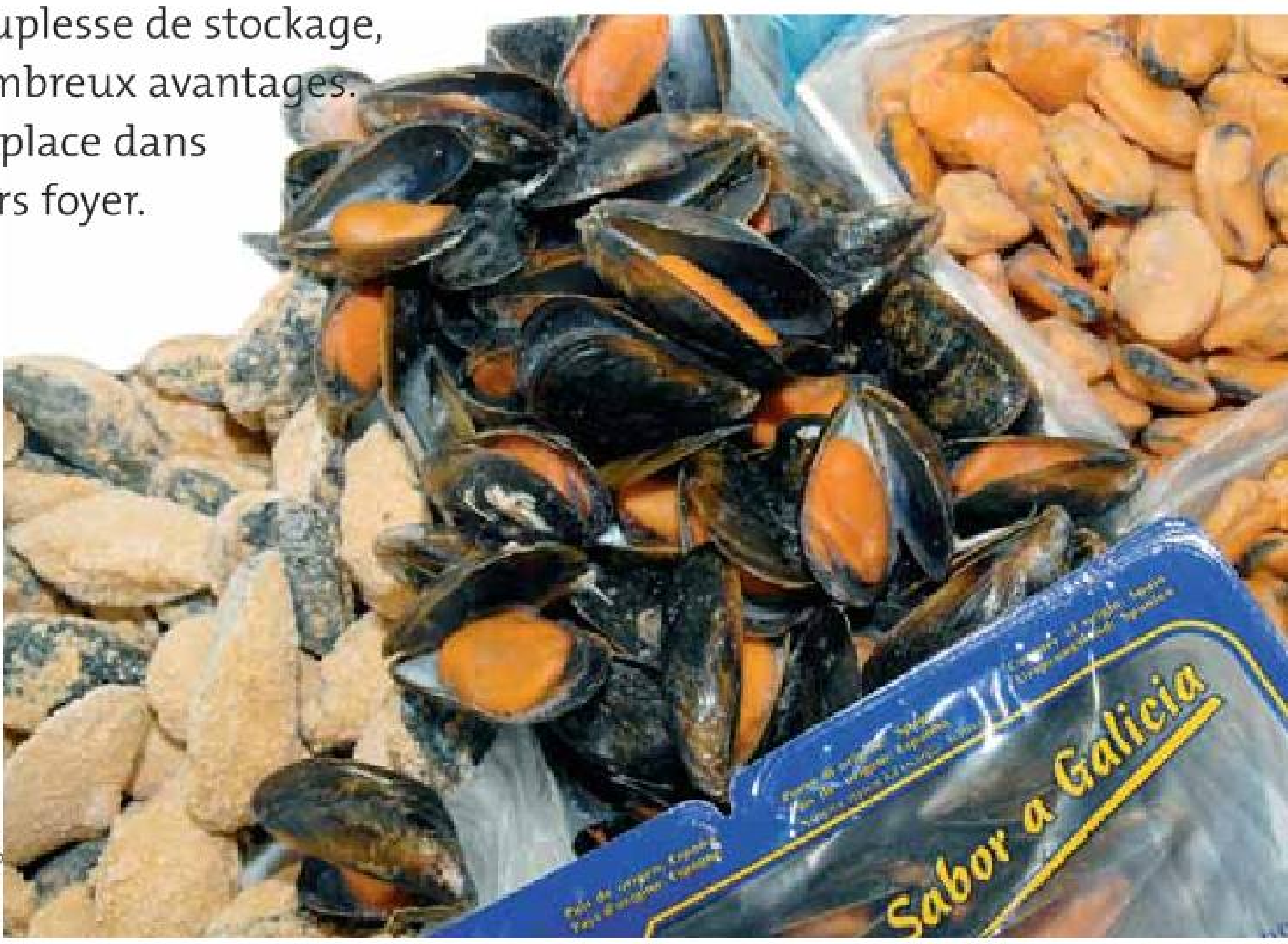
Coquillages Mer Méditerranée - Routes des parcs 34340 Marseillan
Tél: 04.67.77.25.14 / Fax: 04.67.77.88.16
Contact commercial: yoann@cmmo2mer.com

Une marque de Cmm

Sud de France

La moule **congelée** fait des adeptes

Rapidité de mise en œuvre, souplesse de stockage, la moule congelée offre de nombreux avantages. Progressivement, elle a pris sa place dans le milieu de la restauration hors foyer.



Lionel Flageul

Moules entières précuites, moules décoquillées ou encore demi-coquille, le congelé a su séduire les restaurateurs et collectivités.

« En 2009, la moule revient en force, en tant que valeur refuge », souligne François Labulle, acheteur chez Brake France. D'ores et déjà, le distributeur constate une explosion de la demande pour ses moules congelées. Des produits qui arrivaient déjà en tête de ses ventes de produits de la mer, en volume. Et la restauration commerciale n'est pas la seule concernée. Les collectivités, et notamment les sociétés de restauration collective, absorbent la moitié des volumes, voire plus, selon les références.

Brake propose deux références de moules entières avec coquilles précuites, l'une provenant d'Irlande (la *Mytilus edulis*), l'autre du Chili (*Mytilus chiliensis*). *« Nettoyées et débyssussées, les moules sont mises sous vide en sachet puis passées 1 à 2 minutes à 100 °C (bain ou tunnel avec pluie d'eau bouillante). Cela permet de précuire la chair et de détruire l'abducteur qui maintient la coquille fermée »*, explique l'acheteur. La mise en œuvre est ainsi plus rapide pour l'utilisateur. D'autant que les moules sont proposées avec leur jus de cuisson : une base sauce naturelle. *« On est sur l'équivalent des moules fraîches en barquette »*, revendique François Labulle. Un sentiment renforcé par le choix de l'espèce. D'Irlande ou du Chili, Brake a choisi la moule de corde. Un molusque sans coquillage parasite et ne contenant ni sable, ni petits crabes. La moule d'Irlande s'inscrit d'ailleurs dans une filière Brake. Le distributeur s'engage sur cinq points : produits de haute qualité, régularité, sécurité alimentaire et traçabilité maîtrisée et produits de service par excellence. Par sa petite taille (80-100 pièces/kg) et sa coquille noire bleutée, l'irlandaise, offre un taux de remplissage de 25 % garantis et ressemble à la moule du marché du frais.

Plus grosse (60-80 pièces/kg), avec 35 % de taux de chair minimum, *« la chilienne, un peu plus marron, est reconnaissable par les spécialistes »*, concède le distributeur. Son concurrent Davigel ne s'est mis sur le marché que depuis un an concentrant ses efforts sur l'Irlandaise porteuse de sa marque haut de gamme Terre et Mer. *« Si l'espèce diffère, les techniques de production sont identiques à celles de la moule d'Irlande,* explique Laurent Froget, chef de produit. *Mais nous jugions jusqu'alors la moule du Chili moins qualitative en termes de texture (manteau plus farineux ou plus granuleux). »* Le distributeur avance l'hypothèse *« d'une maîtrise insuffisante de la cuisson (couple temps-température) et/ou de la surgélation »* et travaille depuis sur ces points avec ses fournisseurs. L'enjeu est d'importance, les moules entières avec coquilles représentent les 2/3 de ses volumes. Des achats réalisés par la restauration collective séduite par leur prix modéré.

Coquille de Nouvelle-Zélande et chair du Chili

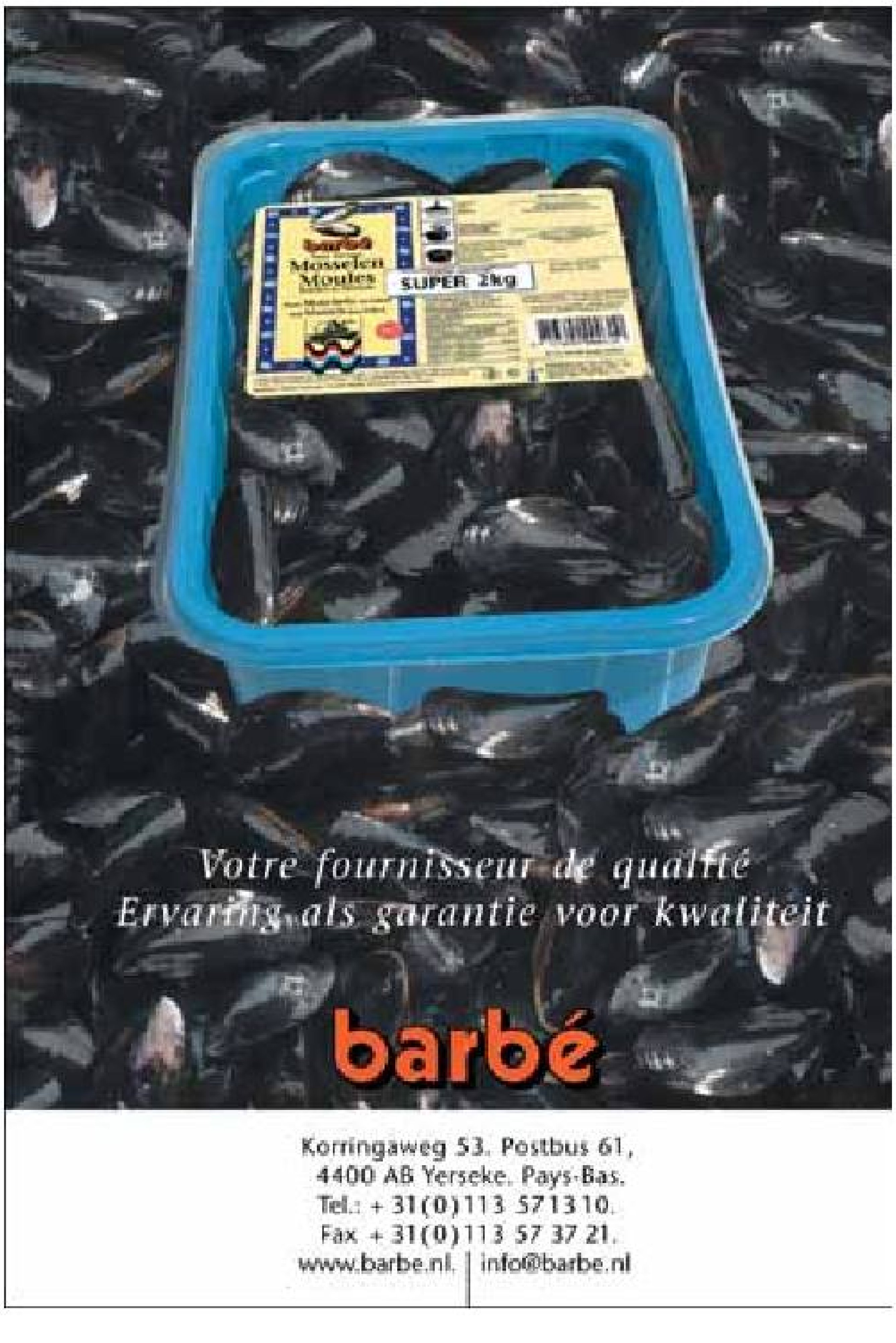
Parmi les autres référence phare, on trouve la moule verte en demi-coquille. Proposée en sachet IQF (1) chez Davigel et en barquette sous vide chez Brake, elle est essentiellement originaire de Nouvelle-Zélande. Il s'agit d'un gros calibre : 30-45 pièces/kg voire 30-40 pièces/kg soit l'équivalent de 20-30 pièces/kg en entière. Impressionnante par sa longueur (10-12 cm) et très charnue, elle est plutôt destinée à la restauration commerciale et aux traiteurs, pour la préparation de moules farcies. *« On la trouve aussi sur les buffets mais sa couleur verte suscite parfois des questions »*, note François Labulle. Si le Chili commence à produire de la demi-coquille, en 80-100 pièces/kg, soit l'équivalent de 40-60pièces/kg en entière (la plus grosse produite sur place), Davigel met pour sa part clairement en avant l'origine lointaine de sa demi-coquille de Nouvelle-Zélande, en précisant qu'il n'existe pas d'équivalent sur nos côtes.

Les moules chiliennes sont plus souvent utilisées sous forme décoquillée ou chair de moule. Nettoyées, débyssussées, précuites (pour l'ouvrir), décoquillées et recuites (traitement de pasteurisation), elles sont ensuite congelées IQF. Brake les propose en sachet en 300-500 pièces/kg, bien que des tailles plus grosses (200-300 voire 100-200 pièces/kg) soient disponibles. *« Le marché français n'est pas habitué aux grosses tailles »*, explique le distributeur, qui réserve la chair de moule d'origine espagnole au Sud de la France, plus avide de grosses tailles (200-300 pièces/kg) et de moules très colorées.

Mais le gros du marché reste chilien. Chez Davigel, la chair de moule entre dans les cocktails de fruits de mer, la confection de coquilles, de vol-au-vent et autres préparations. D'où l'importance des volumes vendus en restauration commerciale et collective.

(1) Individually Quick Frozen ou réfrigération rapide individuelle

Savourez la meilleure qualité
authentique, pur, sain et durable
huîtres d'Irlande
Irlande
Angleterre
les Pays-Bas
Krijn Verwijs
Allemagne
Belgique
France
tous les jours Premier
PREMIER
VERSE MOSSELEN
MOULES FRAÎCHES
Korringaweg 27 – 29
4401 NT Yerseke, Pays-Bas
Tel. +31 (0)113 579010
Fax +31 (0)113 573820
www.krijnverwijs.com


Mosselen
Moules
SUPER 2kg
Votre fournisseur de qualité
Ervaring als garantie voor kwaliteit
barbé
Korringaweg 53, Postbus 61,
4400 AB Yerseke, Pays-Bas.
Tel.: + 31(0)113 571310.
Fax + 31(0)113 57 37 21.
www.barbe.nl. | info@barbe.nl

Irrésistible
Nous prions notre aimable clientèle de bien vouloir excuser
l'absence du produit sur la photo, mais le responsable
de la prise de vue n'a pas pu y résister.
Il faut dire qu'une moule de qualité, ça se voit...
Or, nous ne sélectionnons que les meilleures !
MOULEXPORT
Votre partenaire qualité tout au long de l'année.
Siège social - Route de la corniche - 64700 Hendaye - tél. : 05 59 48 29 29 - DC : William Goulay

La bouchot règne chez **Léon de Bruxelles**

Léon de Bruxelles a bâti son succès autour d'un produit phare : la moule. L'enseigne en utilise quelque 2 600 t par an, uniquement en frais et privilégie sur ses tables françaises la moule de bouchot.

Jacques Le Meur

Pour répondre à la spécificité de la demande française, Léon de Bruxelles a initié un partenariat avec le groupement de mytiliculteurs de Pénestin, en Bretagne Sud.

Acheter en frais toute l'année ne pose pas de problème, assure Jérôme Meunier, directeur des achats chez Léon de Bruxelles. *Nous suivons différentes origines en fonction des périodes* ». Ce, avec des exigences très strictes. Le suivi sanitaires est géré localement par les organismes officiels *« mais nous effectuons bien sûr nos propres analyses (bactériologie, toxines…)* », rassure-t-il. Côté calibres, l'enseigne travaille du 75-85 pièces/kg en moyenne. *« Contrairement aux Belges ou aux Espagnols, les Français ne sont pas des consommateurs de grosses moules. C'est la bouchot qui est leur référence* », justifie le responsable. L'homogénéité du lot est aussi déterminante, tout comme la propreté extérieure et intérieure de la moule. *« Nous sommes très présents sur le terrain*, ajoute Jérôme Meunier. *En France, en collaboration avec notre fournisseur Demarne, nous avons initié un partenariat avec le groupement de mytiliculteurs de Pénestin, en Bretagne Sud. Leur moule de bouchot correspond à nos critères de qualité, de calibre, de taux de chair, de traçabilité… Et ils la travaillent dans le même esprit que les viticulteurs avec leur vin.* » Les restaurants Léon de Bruxelles l'ont proposée d'août à janvier dernier. « Produit roi » dans l'imaginaire des Français, la bouchot y fait aussi l'objet d'une opération spéciale six semaines par an, d'août à septembre.

D.R.

Mais au gré des saisons, l'enseigne achète de la moule de Hollande ou d'Irlande, ou encore de Méditerranée. *« Principalement d'Italie où nous affectionnons deux zones de l'Adriatique : la lagune de Scardovari, très protégée, et Cesenatico. En partenariat, avec le mytiliculteur Médi Thau, nous avons demandé un dédoublement des filières, pour obtenir une croissance plus régulière et un produit plus homogène. »*

Chez Léon, on prépare à la commande. Cela évite que les bivalves se dessèchent et perdent des arômes. Par ailleurs, chaque jour, tous les lots sont échantillonnés au siège et dégustés. Les restaurants font un test avant chaque service, pour évaluer le produit qu'ils vont servir. Livrées au quotidien en barquettes thermo-scellées ou en sacs, les moules nécessitent une gestion des stocks précises.

Portrait d'entreprise

Médi Thau Marée popularise la **moule du sud**

Grâce à situation privilégiée au cœur de la Méditerranée, Médi Thau a su développer sa commercialisation de moules fraîches. Mais pas n'importe lesquelles ! L'entreprise de Marseillan (Languedoc-Roussillon) s'est fait une spécialité des moules d'Espagne, d'Italie ou encore de Grèce même si elle s'approvisionne aussi en Irlande et en Écosse. Outre sa propre production de moules de Bouzigues, elle traite quelque 4 000 t de moules par an, livrant toute la France et l'Europe limitrophe. **« Une de nos forces est de pouvoir proposer une moule d'Italie de qualité en avril, mai et juin, période à laquelle les productions des autres bassins sont moindres »**, souligne Yann Languet, directeur commercial de l'entreprise. Et si la moule de Grèce est présente seulement en juillet, celle d'Espagne, dont la meilleure période est en automne et hiver, est vendue presque toute l'année. **« Notre travail de sourcing consiste à sélectionner le meilleur produit. Nous référençons pour cela les meilleurs producteurs grâce à un audit tenant compte du plan de production, du cahier d'élevage, du rendement et de la densité d'élevage. »**

Retrempées systématiquement dans des bassins de purification, avant d'être nettoyées, débyssussées et calibrées, les moules sont vendues en prêt à cuire conditionnées en sac ou barquette de 5 kg ou en sac 15 kg pour la restauration. La moule « moyenne » (60-80 pièces/kg) d'Espagne, d'Italie ou d'Écosse selon la saison, représente environ 80 % des volumes demandés par ce circuit. Mais d'autres calibres sont proposés : de la « géante » espagnole et écossaise, à la « très très grosse » à farcir, en passant par la « très grosse » à cuire à la plancha.

En termes de taux de chair, les exigences varient. Ceux qui veulent du prix y prêtent moins attention. À l'inverse, un taux de chair trop élevé (35 % pour une moule d'Écosse en 40-60 pièces/kg) ne convient pas forcément à toute la clientèle française.

Médi Thau Marée

Dirigeant : Florent Tarbouriech
Chiffre d'affaires : 7 millions d'euros
Effectifs : 40 salariés
Activité : production, commercialisation et transformation de coquillages
Site internet : www.medithau.com

Quand Médithau fait sa cuisine, tout le monde se met à table...

La qualité
est notre culture

Médithau - Mas de Montpenèdre
34340 Marseillan
Tél. : + 33 (0)4 67 77 23 21
Fax : + 33 (0)4 67 77 23 20
E-mail : contact@medithau.com
www.medithau.com

Le mollusque donne du tonus à **La Criée**

La Criée compte une dizaine d'établissements sur tout le territoire. Ce spécialiste des fruits de mer travaille exclusivement de la moule vivante, livrée quotidiennement.

En 2008, le groupe La Criée a acheté 330 t de moules, principalement en bouchot. De la baie du mont Saint-Michel à Barfleur, ses sources d'approvisionnement sont nombreuses en France comme à l'étranger : Pays-Bas, Irlande, mais aussi Espagne, Danemark, Chili… *« Chaque année, nous nous déplaçons pour sélectionner nos fournisseurs*, souligne Jean-François Damour, le PDG de l'enseigne. *Le produit est ensuite régulièrement contrôlé en amont puis à la livraison dans nos établissements par des audits sur les prestataires logistiques. »*

Depuis 6 ans, La Criée met à l'honneur, de juillet à août, les moules de bouchot. *« Le volume vendu sur la période des bouchots (juillet-décembre) est en constante progression : 120 t la première année, 250 t aujourd'hui. Nous sommes reconnus pour ce produit. La moule de bouchot arrive en seconde position en volume dans nos achats, voire en tête sur certains établissements (Lomme, Bois Guillaume), où le taux de prise est plus important du fait de leur implantation, plus au nord. »*. Le prix a son importance, mais l'image décontractée et conviviale de la moule joue également. D'autant qu'elle est mise à toutes les sauces. La Criée propose 3 marmites de moules (marinière, à la crème, au curry), une préparation à la plancha et des moules farcies en entrée. Ce à quoi s'ajoute la présence des moules sur les plateaux de fruits de mer. Un petit plus ! car *« les classiques moules à la marinière et moules à la crème représentent 80 % des ventes »* poursuit le PDG.

Dès la livraison, les coquillages sont rangés en chambre froide, puis lavées à l'eau froide (5 °C). Les moules sont ensuite stockées jusqu'à la cuisson, qui se fait à la commande. Principal critère à maîtriser en cuisine : le temps de cuisson. *« C'est un produit très simple à cuisiner mais très fragile*, ajoute Jean-François Damour. *Il faut notamment éviter une sur-cuisson. »* La Criée sait mettre les petits plats dans les grands quand la moule se met à table.

Jean-Marie Legaud

Depuis 6 ans, de juillet à août, les moules de bouchot sont à l'honneur sur les tables des restaurants La Criée, comme ici à Paris (19e).

PAS DE BRASSERIE SANS MOULES CHEZ FLO

Les brasseries institutionnelles du groupe Flo, qui compte 14 restaurants dont La Coupole, Le Bœuf sur le Toit… ainsi que la chaîne des Tavernes de Maître Kanter (40 établissements), ne sauraient faire l'impasse sur les moules. *« Elles font partie du catalogue emblématique des cartes des brasseries, très larges et très variées en termes de tarification et de produits »*, **souligne Dominique Lioté, directeur général des brasseries du groupe. Travaillées crues sur les bancs de fruits de mer, elles s'intègrent à la composition des plateaux.** *« Il s'agit dans ce cas plutôt de moules d'Espagne, mieux adaptées à la consommation crue de par leur taille, leur taux de chair et leur goût. »* **En cocotte, les brasseries institutionnelles, qui composent leur carte en fonction des saisons, misent principalement sur la bouchot, avec des recettes très traditionnelles. Les moules cuites y sont aussi parfois utilisées décortiquées dans les salades de fruits de mer, en gratin, dans les choucroutes de poisson et fruits de mer… Les restaurants Taverne de Maître Kanter proposent quant à eux en permanence plusieurs recettes de moules en cocotte au choix (marinière, à la crème, au curry…). Travaillant de la bouchot comme d'autres origines.** *« Car 90 % de nos achats portent sur de la moule vivante, en prêt à cuire pour limiter les coûts de main-d'œuvre »*, **précise Dominique Lioté. Certes, les volumes restent assez faibles : 11 t/an de moules d'Espagne et 10 t/an de moules de bouchot pour les seules brasseries institutionnelles.** *« Mais il s'agit d'un produit parmi une cinquantaine d'autres à la carte. »* **Présentes dans certaines formules économiques, les moules peuvent aussi être le thème de l'une des 11 animations annuelles des brasseries. Elles avaient été retenues, il y a 2 ans dans les brasseries institutionnelles. Avec succès puisque 12 à 20 % des commandes portaient sur la moule selon les animations.** *« La moule est un produit populaire et accessible. Et il intéresse aussi les enfants. »*

Chez Flo, 90 % des achats portent sur de la moule vivante, en prêt à cuire pour limiter les coûts de main-d'œuvre.

D.R.

Des moules au sommet de leur fraîcheur!
Grâce aux emballages étanches bacs Qualimer, le producteur de moules Vette & Verhaart basé aux Pays-Bas, propose un assortiment de moules de qualité unique et innovant.
Les moules emballées selon un procédé exclusif Vette & Verhaart de mise sous vide et de refroidissement, conservent de façon optimale leur goût naturel et leur fraîcheur.
SGS
SGS
QualiMer®
Vette & Verhaart BV
Yerseke, Pays-Bas
T + 31(0)113 57 14 51 F +31 (0)113 57 35 22
E sales@qualimer.com W www.qualimer.com

Edulis
Spécialiste de la moule nettoyée prête à cuire
PRODUIT en POITOU-CHARENTES
Bouchots - Cordes - Import
Barquettes sous atmosphère
« Chaque jour, le meilleur produit de saison ! »
LA ROCHELLE
Tél : 05 46 43 44 20
www.edulis-distribution.fr

Communiqué

SURIMI à l'origine

100 % naturels les filets de Colin d'Alaska (Theragra Chalcogramma) poisson sauvage des eaux pures et froides du Pacifique Nord issus d'une pêche durable et raisonnée donne un surimi de base :
« ALASKA » reconnu comme l'un des meilleurs au monde.

La pêche au Colin d'Alaska s'effectue sur 2 saisons : Janvier à Avril et de Juin à Octobre.

Chaque année, les scientifiques évaluent les stocks et déterminent la qualité qui peut être prélevée, estimation appelées « prises biologiquement acceptables ou ABCs ».

Un procédé de fabrication très rigoureux

Il faut 4 à 5 kilos de Colin d'Alaska pour faire un kilo de surimi.

Dans les usines à terre ou sur les bateaux usines, le Colin d'Alaska est traité de la même façon dans les heures qui suivent la pêche : étêté, vidé et fileté.

- Les filets sont ensuite hachés, lavés plusieurs fois à l'eau douce. Les arêtes et les graisses, les odeurs et les enzymes qui pourraient progressivement altérer le produit sont éliminés.
- La chair est centrifugée à une force de gel élevée, peu d'impuretés (morceaux de peau ou des intestins) et une couleur blanche. Elle est congelée en blocs.
- Il existe de nombreux standard de qualité appelés « grades » (chaque fabricant à ses propres normes).

Plus d'informations sur le Surimi à base de Colin d'Alaska :
www.alaskaseafood.org/surimi/index.html

ALASKA SEAFOOD
Sauvage, Naturel & Durable

CONTACT ALASKA SEAFOOD MARKETING INSTITUTE WESTERN EUROPE
Markonsult 58, rue Pottier - 78150 Le Chesnay
Tél : 01 39 23 20 07 - Fax : 01 39 23 20 17
e-mail : nmasson@alaskaseafood.org
Crédit photos : ASMI – Steve Lee

Lionel Flageul

Le **surimi base** sous haute tension

Face à la flambée des prix du surimi base en 2008, l'Association pour le développement des industries du surimi (Adisur) tire la sonnette d'alarme. De fait, le prix moyen des importations en France est passé de 1,32 €/kg à 2,29 €/ kg, soit une hausse de 73,5 %. La hausse la plus forte est celle des produits chiliens : +112 %. Les difficultés économiques et météorologiques dans ce pays ne permettent en effet d'exploiter que 60 % du quota de pêche du chinchard. Aux États-Unis, principal pays fournisseur, la hausse atteint 78,6 %. En raison de la baisse du quota de pêche (30 % en 2008), la disponibilité en colin d'Alaska s'est aussi réduite de 30 % pour le surimi base.

« Seul facteur favorable, note l'Adisur, *la production s'est réorganisée en Asie, notamment au Vietnam, ce qui a permis de compenser partiellement le déficit global d'approvisionnement. »* Les prix du surimi base importé du Vietnam, devenu le deuxième fournisseur de la France, ont cependant augmenté de 62 % en moyenne l'an dernier. *« Le marché du surimi base se traitant pour majorité en dollars US, la dépréciation récente de l'euro va encore alourdir cette tendance »*, reprend l'Adisur. S'attendant à ce que l'offre ne couvre pas les besoins en 2009, Pascal Guenneugues, directeur commercial de Future Seafood Europe, fait quant à lui état d'un manque de visibilité face à un marché très volatile, sur lequel on observe toutefois une relative détente. Bien que les prix ne soient pas revenus à leur niveau de 2007.

La baisse de l'offre de surimi base de colin d'Alaska a obligé les transformateurs à revoir leurs formulations. Certains utiliseraient jusqu'à 10 espèces différentes dans leurs bâtonnets, afin d'obtenir la texture souhaitée. Une évolution qui a aussi des répercussions sur un autre ingrédient des bâtonnets : l'arôme, qu'il faut parfois adapter aux nouvelles espèces travaillées.

Dossier : Anne-Caroline RENARD

Surimi : worry over the cost of raw material

Faced with the huge price rise of surimi raw materials in 2008, the Association for the Development of Surimi Industries (Adisur) has sounded the alarm. The average price for imports into France went up from € 1.32/kg to € 2.29/kg – a huge rise of 73.5%. The biggest rise was for raw material from Chile : up by 112% followed by that from the United States : + 78.6%. Much of this development can be explained by the reduction in fishery quotas and current economic difficulties.

Production in Asia is being reorganised, especially in Vietnam, which has compensated to some extent the overall deficit in supply. But even supplies of surimi base from Vietnam rose by 62% last year. The market is very unpredictable and is handicapped by a lack of transparency. To make up for the lack of Alaska saithe producers of surimi base have had to review the recipe for their product and have had to introduce new species of fish. This is a change which has had an effect on another aspect of the sticks – the aroma.

Le **calme** après la tempête

Après la forte hausse au premier semestre 2008, les prix du surimi base se stabilisent.

Origines après origines, les prix du surimi base jouent au yoyo, fonction des quantités de production. Ainsi, entre 2007 et le milieu de l'année 2008, les prix se sont envolés de près de 100%. L'explication est simple : en 2007, l'Asie réduisait sa production en même temps que celle issue du merlan bleu de la mer du Nord chutait. Enfin, le début de l'année 2008 a été marqué par une réduction drastique des quotas de colin d'Alaska aux États-Unis et un arrêt des fabrications à base de chinchard au Chili.

Toutefois, attirés par des prix plus élevés, les Vietnamiens et les Chinois ont augmenté sensiblement leur production dès le premier semestre 2008. Une manne pour le Japon, grand acheteur de surimi base, qui a trouvé là un produit de substitution au surimi base de colin d'Alaska. *« Les producteurs japonais ont revu leurs formulations en utilisant des qualités inférieures et en diminuant le pourcentage de surimi base dans leurs produits finis »,* explique Pascal Guenneugues, de la société de négoce Future Seafood Europe.

Mais au final, si les volumes de ventes de bâtonnets et autres produits finis sont restés stables, grâce au développement des premiers prix, la consommation de surimi base au Japon a, elle, plongé de 10%.

Au deuxième semestre 2008, le Japon a donc considérablement réduit ses approvisionnements d'origines asiatiques. De nombreuses usines vietnamiennes, chinoises ou même indiennes ont été contraintes de cesser leurs activités. Ainsi, sur l'ensemble de l'année 2008, la Chine n'a produit que 80 000 t de surimi base l'équivalent de 2007 ; le Vietnam n'aura fourni que 50 000 à 60 000 t et l'Inde, qui avait pourtant fortement investi en capacités de production, n'est à l'origine que de 30 000 à 40 000 t.

Pour compléter le tableau, Future Seafood Europe, rappelle que la Thaïlande, premier producteur de surimi base du sud-est asiatique, à partir d'espèces tropicales, n'a guère dépassé les 100 000 t de production.

Au niveau mondial, la production de surimi base a diminué, mais peut-être moins que la consommation de produits finis qui chute de 10 % en moyenne. En Corée, la baisse est liée à la forte dévaluation du won par rapport au dollar ; en Europe de l'Est, elle résulte de la crise ukrainienne où les usines ont cessé de tourner depuis octobre 2008, de la faiblesse du rouble en Russie, où la production a chuté de 20 % ; en Europe de l'Ouest, la consommation a baissé de quelque 4 % en France et de 5 % en Espagne.

Pour les transformateurs, l'année 2008 s'est avérée d'autant plus sombre qu'ils n'ont pas pu répercuter sur les bâtonnets la hausse de la matière première. Ainsi, en Europe, l'augmentation des prix ne dépasse pas 10 % du fait de la concurrence et de la crise économique. Au Japon et en Russie, elle a atteint les 15 à 20 %, bien loin des +100% du surimi base.

Aujourd'hui, entre la hausse des importations au premier semestre 2008 de pays comme le Japon et la baisse inattendue des ventes un peu partout dans le monde les stocks de surimi base sont en hausse. A titre d'exemple, ceux du Japon sont supérieurs de 20% à ce qu'ils étaient fin 2007. Chez les transformateurs, la raréfaction du *cash flow* les poussent à acheter leur matière première en flux tendu. Ils font tout pour réduire leurs stocks de surimi base, qui du coup s'accumulent chez les producteurs de surimi base.

Fragile équilibre

Au final, de source Future Seafood Europe, on enregistre donc une détente relative du marché mondial du surimi base. Avec la chute de la demande, les prix sont plutôt orientés à la baisse, sans toutefois retrouver les niveaux de 2007. En Europe, la baisse paraît d'autant plus relative que le surimi base se négocie en dollar. Une monnaie qui se raffermit par rapport à l'euro. Reste que le marché est très volatile.

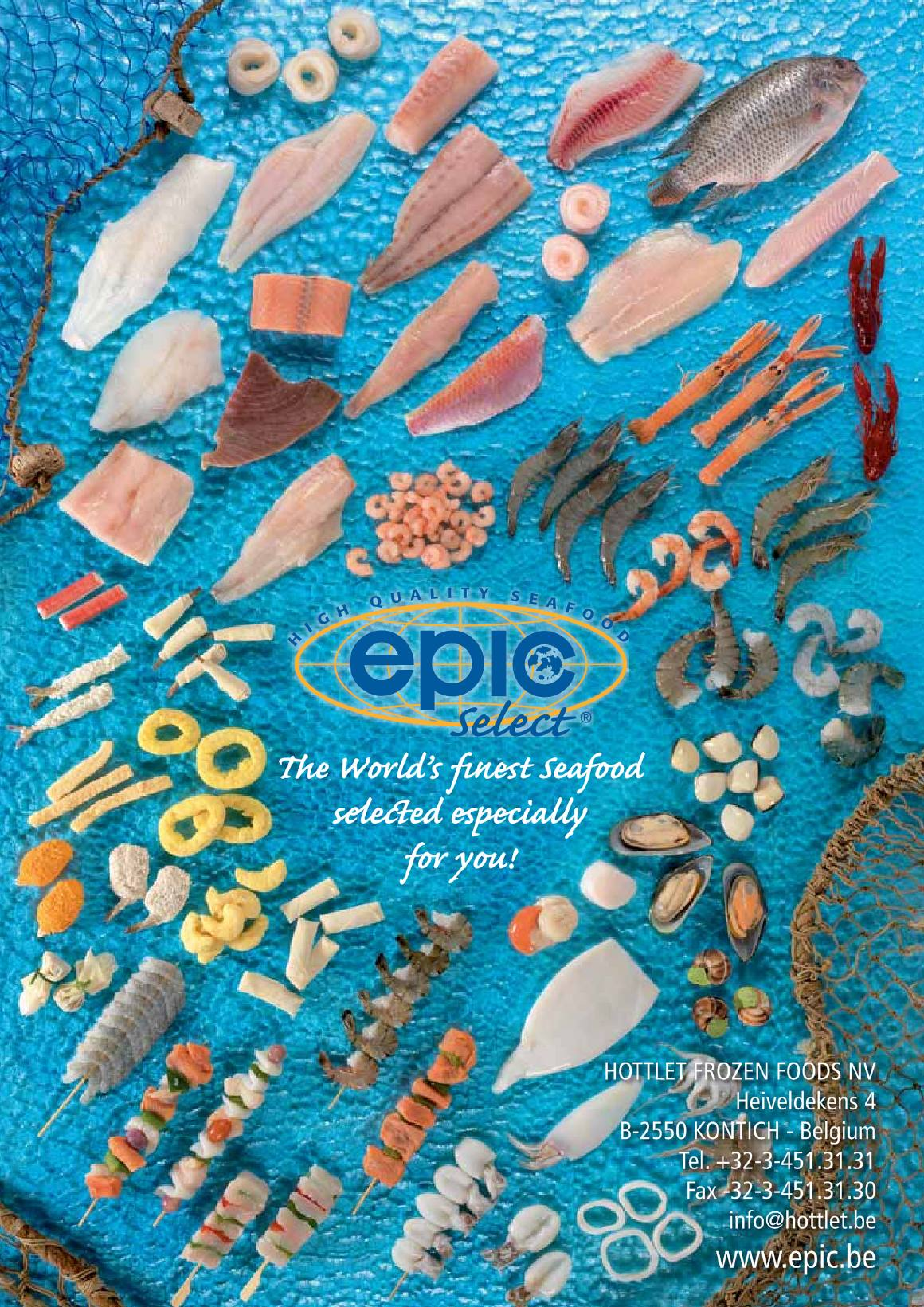
Il suffit de peu de chose pour changer la donne. En effet, les quotas de colin d'Alaska, dont les filets sont encore très prisés, ont encore diminué de 18 %. Du coup, les opérateurs tendent à maximiser leur production de filets et à minimiser leur fabrication de surimi base, surtout celle de qualités supérieures. Le résultat : les tensions renaissent sur les surimis bases de grades FA et SA *(lire page 52)*.

Côté Amérique du Sud, la production chilienne à partir de chinchard a sérieusement diminué du fait de la baisse des captures. Mais trois navires récemment remis à neuf, appartenant à Aker Seafood, Nippon Suisan et Pesquera Sanford Argentina, sont en pleine campagne de production de surimi en Argentine. Du coup, la production sud américaine pourrait doubler en 2009 pour atteindre 20 000 t.

Face à une offre qui ne cesse d'osciller, il suffirait d'une légère reprise de la consommation pour créer une nouvelle flambée des prix.

Lionel Flageul

En France et en Espagne, les bâtonnets n'ont pas pu absorber la hausse des prix.


HIGH QUALITY SEAFOOD
epic
Select®
The World's finest Seafood
selected especially
for you!
HOTTLET FROZEN FOODS NV
Heiveldekens 4
B-2550 KONTICH - Belgium
Tel. +32-3-451.31.31
Fax +32-3-451.31.30
info@hottlet.be
www.epic.be

Comaboko : moins de **merlan bleu**

La réduction des quotas de merlan bleu n'empêchera pas Compagnies des Pêches de Saint-Malo de produire quelque 3 500 t de surimi base cette année.

Une nouvelle baisse des quotas de merlu bleu en 2010 pourrait limiter les volumes transformés par la compagnie des pêches de Saint-Malo.

Les quotas de merlan bleu ont été réduits de 47 %. *« Une précaution nécessaire pour reconstituer les stocks »*, convient Yannick Le Peillet, directeur commercial de Compagnie des Pêches Saint-Malo. Mais une nouvelle baisse plus modeste est annoncée pour l'an prochain. Même si un retour à la normale est prévu pour 2011. *« Or, notre navire peut produire jusqu'à 4 500 t de surimi base de merlan bleu pour approvisionner notre usine Comaboko. »* Pour 2009, le Joseph Roty II pourrait fournir jusqu'à 3 600 t. *« Les navires qui font de la farine de poisson peuvent se tourner vers d'autres espèces. Ce n'est pas notre cas*, explique Yannick Le Peillet. *Il nous faut des poissons à chair blanche, de bonne qualité protéique et permettant un filetage automatique. »*

À cet égard, on pêche généralement de très bonnes tailles en janvier. Mais les intempéries ont freiné la production. Par chance, le poisson est beau cette année. Avec une bonne qualité de filetage, moins d'impuretés et une force de gel plus élevée. Sur une année, le navire produit environ un tiers de grade supérieur SA (force de gel moyenne de 1 400), un tiers de grade FA (force de gel de 1 000 à 1 200) et un tiers de grade A (force de gel de 800 à 1 000). *« Plus la force de gel est élevée, plus la texture du produit fini de surimi est stable et la puissance aromatique délivrée importante (fixation des arômes par les protéines). »*

Comparable au grade SA de colin d'Alaska, le grade supérieur est surtout obtenu en début d'année, sur des poissons plus gros dont la chair contient beaucoup de protéines de muscle. Si le taux de protéines importe, la rapidité de transformation est capitale pour éviter l'altération des protéines myofibrillaires. C'est pourquoi le SA est obtenu à partir du dernier poisson pêché dans le chalut, le FA avec celui du milieu et le A avec le premier pêché. *« De mi-mai à juin, nous ne faisons que du A car les filets sont petits et la chair moins riche en protéines ».*

Complètement automatisé, le processus de production du Joseph Roty II permet une transformation très rapide : 30 minutes suffisent. Après filetage (donc après élimination de la peau, des arêtes et des viscères), la chair est transformée en pulpe. Puis le process consiste à laver, brasser et essorer la chair. Une étape renouvelée plusieurs fois pour ne récupérer, au final, que les protéines. Également automatisée, la surgélation, sous forme de plaques de 10 kg (selon l'usage), dure quant à elle 2 heures. Plus le poisson est gros, moins le filetage laisse d'impuretés (traces résiduelles de peau ou de péritoine). Le grade A en contient en moyenne 3 fois plus que le SA, qui en est quasiment exempt.

LES BASES DU SURIMI BASE

Grades

Il n'existe pas de norme officielle mais un code de bonnes pratiques. Les grades sont fonction de la force de gel, de la blancheur et des impuretés.

Fonctionnalité : force de gel

La force de gel donne la fonctionnalité du surimi et constitue le premier critère déterminant du grade. Plus la force de gel est élevée plus le grade est dit supérieur. Les surimis issus de poissons d'eau froide ou de Colin d'Alaska produits sur des bateaux usines sont de grade SA (grade supérieur, au moins 1400 de force de gel). Les autres grades sont : FA (1000), A (700), KA (500), RA (300). Pour les productions asiatiques et les productions à terre, les forces de gel sont en général moins élevées.

Impuretés

L'échelle va de 0 à 10 en fonction du nombre de micro-points visibles à l'œil nu (traces résiduelles de peau ou de péritoine).

Couleur

Les surimis les plus blancs sont les plus recherchés. La blancheur peut être déterminée à partir d'une mesure colorimétrique du L*, a*, b*. Les surimis de grade élevé ont en général une blancheur de 75 à 80, tandis que les plus foncés sont décotés à cause de leur couleur.

Cryoprotecteurs

Le surimi base se compose en moyenne de 90 à 94 % de chair de poisson (protéines myofibrillaires) et de 6 à 10 % de cryoprotecteurs, destinés à protéger les protéines lors de la congélation et préserver leur capacité de gélification. Il s'agit généralement d'un mélange de saccharose et de sorbitol, additionné d'une faible quantité (0,2 %) de polyphosphates. Sans polyphosphates, la force de gel se dégrade rapidement lors du stockage.

PdM
Pour votre
Publicité
Tél : 02 99 32 58 44

• 40 ans d'expérience
• 8 000 références dans le monde
• N°1 EUROPÉEN de Viviers professionnels standard et sur mesure
Modèle Bispira : 900 litres
2 bassins pour un double stockage
Coutant
AQUARIUMS ET VIVIERS
NUMÉRO UN EUROPÉEN
Usine et Siège Social : 381, avenue Jean Guiton - BP4
17002 La Rochelle CEDEX 1 FRANCE - Tél. 05 46 67 26 27 Fax: 05 46 67 89 24
E-mail : contact@coutant-alterego.com
Site : www.groupe-coutant.com
Un service après vente national

UNLIMITED COMMITMENT
TOWARDS NEXT GENERATIONS
DSM contribue à un futur plus sain et plus sûr pour nous-mêmes et nos enfants.
Nos ingrédients pour l'alimentation animale sont la preuve de notre engagement à améliorer la santé et la sécurité dans la chaîne alimentaire.
for Life
DSM Nutritional Products France
Agent de DSM Nutritional Products Europe
Le Véronèse - 19/21 avenue Dubonnet - 92400 Courbevoie – France
Tél. : +33 (0) 1 46 43 59 00 – Fax : +33 (0) 1 46 43 59 05
E-mail : france.dsmnutritionalproducts@dsm.com
www.dsmnutritionalproducts.com
Unlimited. DSM

Arcopa diversifie son surimi base

Arcopa, la filiale péruvienne du groupe Adrien, a su développer son activité de surimi base à partir de plusieurs espèces marines.

Le groupe Adrien a de quoi être fier de sa filiale péruvienne. Arcopa vient d'obtenir la « Reconnaissance Bureau Veritas (1)» tant pour ses produits surgelés de surimi et blocs de merlu que pour la farine de poisson destinée à l'alimentation aquacole. Voilà qui vient récompenser les démarches « Pêche responsable et développement durable » menées par le Groupe Adrien sur trois filières : le merlu, l'anchois et le calamar géant.

Ainsi, Arcopa qui a conservé des droits de pêche dispose également de sept chalutiers ciblant le merlu *gayii*. Soucieuse de participer à une gestion raisonnée de la ressource, l'entreprise s'est impliquée dans la création de Païta Corporation, association d'armateurs et de transformateurs de merlu. Arcopa dispose de 14 % du quota global de la pêcherie, fixé à 45 000 t

Des captures que l'usine péruvienne Arcopa transforme en blocs. Reste que l'usine s'est aussi penchée sur la mise au point de procédés de fabrication pour obtenir du surimi à partir d'espèces très abondantes comme l'anchois du Pérou ou la « pota », l'encornet géant.

Sur cette dernière espèce, la capacité de production atteint 6 000 t/an. Malgré son absence de force de gel, le surimi base qui en est issu présente une bonne élasticité, une couleur très blanche (L 84) et une quasi-absence d'impuretés (note 9 à 10). Par ailleurs, Arcopa, qui dispose désormais d'un bâtiment indépendant de 1 000 m2 pour sa fabrication, vient de passer un accord avec l'Institut technologique des pêches du Pérou, pour produire un surimi de « pota » d'une force de gel de 400. Environ 1 000 t/an de ce nouveau produit viendront s'ajouter au surimi de « pota » classique.

D.R.

Au Pérou, le groupe Adrien a reconstitué une flotte de chalutiers dédiée au merlu.

Anchois, merlu, grondin

En 2007, l'entreprise a aussi relancé son travail de recherche et développement sur le surimi d'anchois (2), avec l'aide de la société d'ingénierie Protial et l'appui d'un client japonais. Elle a adapté la chaîne logistique à ce poisson qui ne se travaille qu'extrêmement frais (formation des pêcheurs, fourniture de glace, investissement dans un système de pompe pour le déchargement…) et revu le système de traitement de l'eau sur la ligne de production. Mais le résultat est là : le surimi d'anchois est comparable à celui du chinchard : blanc (L 67 à 70), contenant peu d'impuretés (5-6) avec 3 forces de gel : 200-400 pour 50 % des volumes, 400-600 pour 35 %, 600-800 pour 10 % (et 100-200 pour les volumes résiduels). Réellement opérationnelle depuis juin 2008, la ligne de production devrait sortir 4 000 à 6 000 t/an.

Grâce à une nouvelle technique, Arcopa proposera aussi, bientôt, quelque 1 000 t/an de surimi de merlu et 500 à 1 000 t/an de surimi de « falso volador (3)», du grondin. Très haut de gamme, ce dernier a une force de gel supérieure à 800.

Mais là ne sont pas les seuls atouts d'Arcopa, qui apparaît désormais comme un spécialiste du surimi base de taille non négligeable. Fin 2007, l'entreprise a monté une usine de farines de poisson utilisant les coproduits de l'activité surimi. Elle en produira cette année 3 000 à 4 000 t. Une façon de valoriser au mieux la ressource pêchée.

(1) Application basée sur les recommandations FAO de 1995

(2) Espèces : Angraulis ringens (anchois noir) pour l'essentiel et Anchoa nasus (anchois blanc) lorsqu'il est présent

(3) Espèce : Prionotus stephanophrys

D.R.

Inaugurée en 2007, l'usine fabricant la farine de poisson utilise les coproduits de l'activité surimi.

Arcopa

Dirigeant : René Adrien, président du groupe Adrien
Chiffre d'affaires : 14 millions de dollars
Effectif : 1 000 salariés
Production : 14 000 t de produits finis en 2008, dont 7 000 t de surimi base, 3 000 t de farines, 3 000 t de blocs de merlu, 1 000 t de produits annexes

Filets de saumon
Noix de St Jacques
Dos de cabillaud
Saumon frais
Langoustine
Homard
Tourteaux et pinces cuits frais

CONTINENTAL SEAFOOD

18, rue des Anglais • 62930 WIMEREUX
e-mail : philippe@continentalseafood.fr

Tél. 00.33. (0)3 21 83 09 85
Fax 00.33. (0)3 21 83 94 45

Adriatic Sea Aquarium & Equipment

La SCEM QUEMA de Cancale a choisi Adriatic Sea - Sea Tech pour garantir la sécurité sanitaire de ses produits

Sea Tech France assure les dépannages et la maintenance de tous types de viviers en Europe

SEA TECH FRANCE
ZA de l'Orme - 35730 PLEURTUIT
Tél. : 0033 (0)2 99 88 41 53
(Bertrand FLEURY 06 08 86 77 36)
email : seatechfrance@orange.fr
site : www.seatechfrance.com

ADRIATIC SEA AQUARIUM & EQUIPMENT
Via Tavoleto, 93/PI-47832
S. CLEMENTE (RN)
Tel. +39 0541 858 145
Fax. +39 0541 853 629
site : www.adriasea.com

number one
in Europe and
leader in the World

SCEM QUEMA
Monsieur Franck Quema
4, rue Vauhariot - 35260 CANCALE
Tél : 02 99 89 61 28 - Fax : 02 23 15 13 53

Abonnez-vous à

PdM
PRODUITS DE LA MER

Renvoyez ce bon avec votre règlement à
PRODUITS DE LA MER
SERVICE ABONNEMENT
CS 46305 • 35063 RENNES Cedex
Tél. 02 99 32 58 46
Fax 02 99 41 89 57

*Je souscris un abonnement et recevrai : **l'Annuaire des Produits de la Mer***
+ le Spécial Huîtres et Moules + le Top 100 des entreprises
*+ un an d'abonnement à la revue **PRODUITS DE LA MER** le tout pour seulement **91 €****

Société...
M^lle ☐ M^me ☐ M ☐ - Nom - Prénom ....
Adresse (ZAC, ZI) .... (Rue, Voie).......................................
(BP, CS) .... Code Postal .... Ville .... Pays ....
Tél. .... e-mail .... Fax ....
N° TVA intracommunautaire...
Carte bancaire* |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_| |_|_|_|_|
Date exp. |_|_| |_|_| *Nous consulter par téléphone

• France 91 €
CEE 112 €
Autres pays 126 €

Firmenich, arômes puissance crabe

« Le bâtonnet de surimi reste fidèle à un profil crabe. »
Rencontre avec Michel Gourlaouen, directeur du segment Seafood Europe de Firmenich.

PDM.- **Quels sont les progrès accomplis dans les arômes du surimi ?**

Michel Gourlaouren.- En travaillant avec nos aromaticiens japonais, nous avons tiré partie des connaissances ancestrales du surimi pour les adapter aux attentes de l'Europe. En parallèle, grâce à l'étude plus poussée du *flavour release* par notre technologie AFFIRM®, nous avons acquis une connaissance approfondie des mécanismes de perception de l'arôme aux différents stades de sa libération. De plus, en terme analytique, de nouveaux outils comme le SPME *(Solid phase micro extraction)* et notre approche NaturePrint® nous ont permis de mieux comprendre l'arôme de crabe et d'identifier de nouvelles molécules aromatiques clés.

Nous avons explorés d'autres directions, comme l'anchois en Espagne, le saumon et la langouste en France, mais elles restent liées à des produits de niche. Le bâtonnet de surimi reste fidèle à un profil « crabe ».

PDM.- **Pourquoi la formulation d'un arôme crabe est complexe ?**

Le consommateur s'attend à une odeur distinctive et rassurante à l'ouverture du sachet de bâtonnets. Les notes de tête, très volatiles par essence et perçues quasi-instantanément, sont pour lui une signature olfactive reconnaissable et familière. Il est donc capital de la préserver, ce qui rend la formulation plus complexe.

Autre attente : un impact aromatique fort. En conséquence, la demande pour

D.R.

Les aromaticiens japonais de Firmenich ont su adapter le goût du surimi à l'Europe.

les arômes nature-identiques domine aujourd'hui. Si les extraits, naturels par définition, sont techniquement disponibles, ils ne permettent pas, utilisés seuls, d'obtenir la puissance voulue. Il faut alors les « booster » avec des molécules naturelles, dont le rapport qualité prix ne correspond pas forcément aux attentes des fabricants.

PDM.- **La fabrication du surimi modifie-t-elle la perception des arômes ?**

Le surimi base est le principal contributeur de goût. En fonction de son grade, il peut jouer positivement ou négativement. Le sorbitol et les sucres employés comme cryoprotecteurs apportent en général beaucoup de douceur aux bâtonnets. Les amidons utilisés pour augmenter leur fermeté et retenir l'eau peuvent générer des notes « pomme-de-terre » excessives. Les texturants tels que le blanc d'œuf ou les protéines de soja modifient de façon non négligeable la perception de l'arôme. L'huile végétale qui apporte la brillance peut parfois être à l'origine de notes végétales indésirables. Le sel est aussi un excellent exhausteur de goût naturel. Mais les préconisations de l'Afssa (Agence française de sécurité sanitaire des aliments) concernant la réduction du taux de sel dans les aliments, limitent son utilisation.

PDM.- **Quel est l'impact de l'emploi de nouvelles espèces par les fabricants de surimi base ?**

Les espèces tropicales (Itoyori, Eso, Kintokidai, Himeji) génèrent des notes dites « parasites » (caractères métalliques, amers, gras, varech séché) généralement peu appréciées des consommateurs. L'emploi de produits historiquement utilisés au Japon comme le Mirin (saké) permet d'adoucir ces notes « off » grâce à un profil sirupeux et vinique très masquant. D'autres technologies telles que le Seafood Enhancer Durarome® neutralisent et adoucissent les notes fortes et parasites apportées par les protéines de poisson.

LE GOÛT ET LA COULEUR

▶ Les principaux fournisseurs européens d'arômes pour surimi : Firmenich, Mane, Atlantika, Activ International, Givaudan

▶ Des prix en chute libre

Il y a une quinzaine d'années, le prix des arômes destinés au surimi en Europe était de l'ordre de 10 €/kg, dosés à 2 %. Les coûts d'aromatisation ont été divisés par 5 voire 10 avec le développement des volumes produits : ils oscillent autour de 4 €/kg, dosés entre 0,5 % et 1 %.

▶ Un process spécifique pour la coloration

La société Atlantika, créée par un des actionnaires de Future Seafood, fournit des arômes et des colorants pour le surimi. Ses partenaires sont Eusa Color (près d'Avignon) et Qingdao Baite (en Chine). Pour les mélanges carmin-paprika, Eusa Color a développé une technologie d'insolubilisation du carmin, car le colorant ne doit pas pénétrer dans le produit. Pour le paprika, très utilisé en France car déclaré à l'origine comme épice, il s'agit d'éviter la décoloration en rayon sous l'effet des UV.

Lionel Flageul

L'arômatisation du surimi s'adapte aux produits de niche, ici en provenance d'Asie.

SEA FRESH URK-HOLLAND

SEA FROZEN
import - export
Spécialiste en filets de sandre congelés

NOTRE GAMME EN FRAIS OU CONGELÉ

- Sandre, filets et portions de Sandre
- Perche et filets de Perche *(origine Estonie et Russie)*
- Brochet et filets de Brochet *(origine Estonie)*
- Sole et filets de Sole
- Sole prête à cuire
- Turbot, filets et pavé de Turbot
- Plie et filets de Plie
- Plie prête à cuire
- Limande
- Limande Sole
- Cabillaud, filets portion et dos Cabillaud
- Lieu noir, filets, portions et dos de Lieu noir
- Saumon et filets de Saumon
- Filets de Loup d'Atlantique
- Filets et portions de Dorade Sébaste
- Merlan et filets de Merlan
- Filets de Julienne et Lingue Bleue
- Filets d'Églefin
- Grondin
- Barbue
- Moules
- Vivaneau, Dorade rose et Rouget Barbet *(origine Sénégal)*
- Filets, steack et longes de Thon *(origine Sri Lanka)*
- Filets de Pangasius *(origine Vietnam)*
- Filets de Tilapia *(origine Chine et Indonésie)*
- Filets d'Espadon
- Filets de Perche du Nil *(origine Tanzanie, Ouganda)*
- Filets de Colin d'Alaska *(origine Chine)*

VOS PARTENAIRES D'IMPORT EXPORT POUR UN POISSON DE PREMIÈRE QUALITÉ !

Garanti par les normes internationales HACCP

Sandre d'aquaculture
(origine Pays-bas)

Longe de thon
(origine Sri Lanka)

APPELEZ AUJOURD'HUI POUR PLUS D' INFORMATIONS SUR NOS PRIX ET ARRIVAGES !

Seafresh bv et Sea Frozen bv : Stortemelk 16. NL 8321 AA URK Hollande Tél. : 00 31 527 687 239 Fax : 00 31 527 687 240 E-mail.info@seafresh.nl
Bureaux France : Les Bruges 23250 Pontarion France Tél.: +33 5 55 64 88 02 Fax : + 33 5 55 64 86 04 E-mail.sea.frozen@orange.fr

Heiploeg Group

your partner in seafood enjoyment

Büsumer Feinkost

Goldfish b.v.

Heiploeg

morubel

www.heiploeggroup.info

Lionel Flageul

Cuisson à **prix coûtant**

L'heure est à la morosité chez les cuiseurs. En un an, les ventes auraient chuté de 20 % en France sur un marché estimé aux alentours de 60 000 t. Des volumes dont 80 à 85 % iraient aux GMS et le reste aux grossistes. Chaque unité de cuisson s'efforce de conserver ses parts de marché, quitte à vendre au prix plancher. Alors même que la chute de la consommation en Espagne incite certains cuiseurs ibériques à se tourner vers la France. Le prix ne signifie plus rien, ni en terme de qualité, ni en termes de calibre car on peut trouver de la 30/40 dans une enseigne au même prix que de la 60/80 dans une autre. L'objectif des opérateurs est de faire tourner des outils en surcapacité. Fait lié au pic d'activité en fin d'année, lequel représente 25 % des ventes.

Dynamisé par les conditionnements du libre service (500 g et 1 kg), le marché fut actif au cours des trois dernières années. Mais l'essoufflement se fait sentir depuis le premier trimestre. Les distributeurs parviennent à stabiliser les volumes en misant sur des tailles plus grosses : la *Penaeus vannamei* 40/60 au lieu du 60/80 qui était le référent. Au total, ces deux calibres de *P. vannamei* représenteraient 80 % à 90 % des ventes en grande distribution. Les calibres plus importants -souvent en *P. monodon* - sont valorisés sur des origines comme Madagascar bénéficiant d'une très bonne image. L'accent est mis sur les crevettes sauvages pour les plus gros (10/20 ou 20/30) ou, à l'inverse, les plus petits (100/120).

Dossier : Anne-Caroline RENARD

Shrimps – the cooks are hanging on – just !

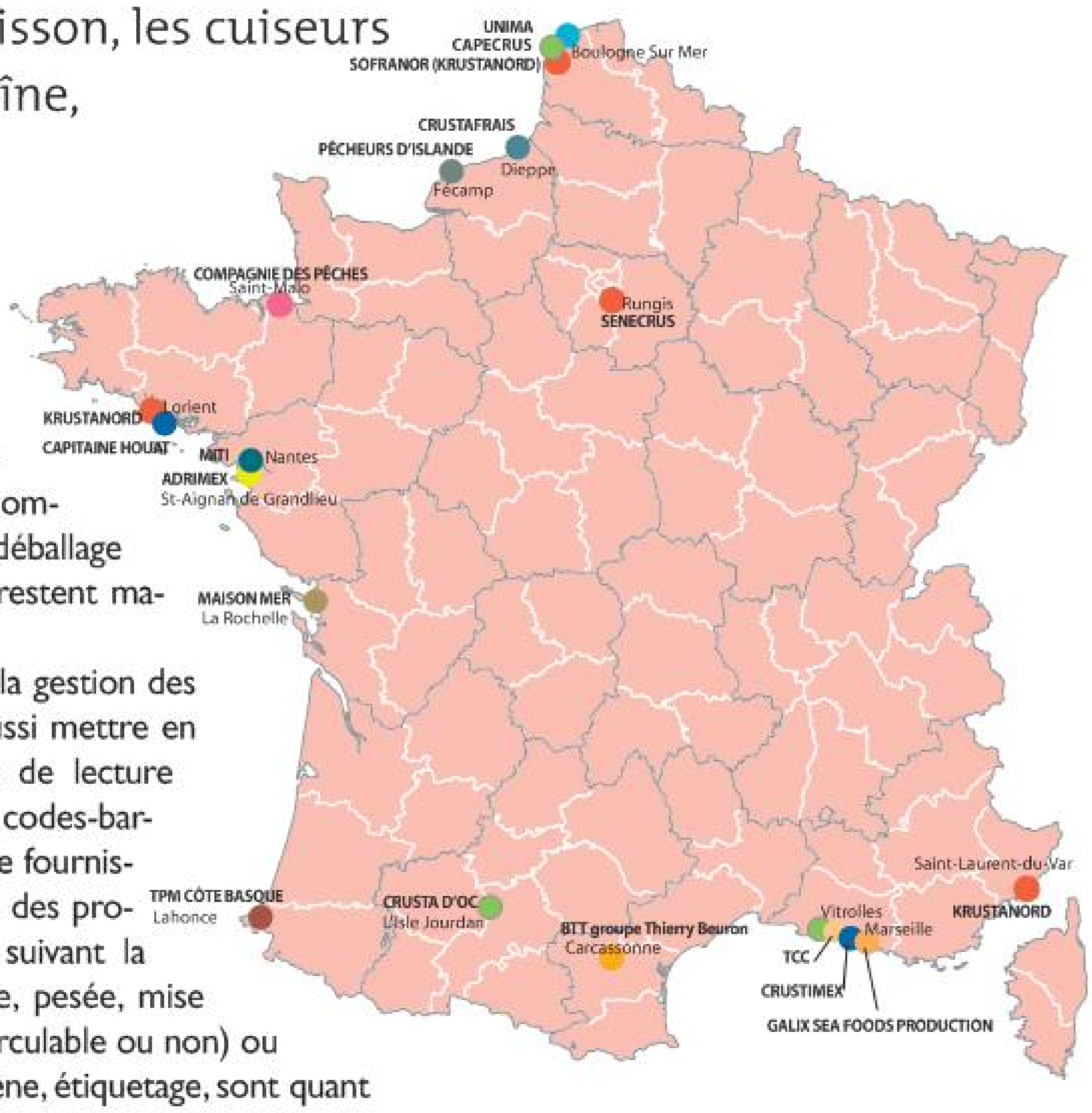
You cannot miss them on any supermarket seafood counter. Frozen cooked shrimps today represent some 20% of distributors' turnover. But over the first quarter of 2009 this very important market has been running out of steam. Distributors have succeeded in maintaining volume sales by putting their money on the larger sizes – such as *Penaeus vannamei* 40/60, rather than the 60/80.

But for those who cook the shrimps the situation is miserable. In just one year sales have slumped by 20% in a market estimated at around 60,000 tonnes. 80% to 85% of sales by volume are now going to the large and medium sized supermarket chains, the rest to wholesalers.

In all this upheaval each cookery unit struggles to retain its market share, even if it means selling at cost price. The drop in demand in the Spanish market has meant that some Spanish cookers are now beginning to look towards France. Prices, which vary widely, are the sign of a real state of panic among the cookery companies, who need to keep their units running at full tilt, especially working up towards the peak demand period at the end of the year

L'automatisation **progresse**

Après l'automatisation des procédés de cuisson, les cuiseurs portent les efforts sur l'ensemble de la chaîne, du déballage à la palettisation.



À la fin des années quatre-vingt-dix, Crusta'C [2] a été le premier à monter une chaîne automatique de cuisson en continu dans son usine de Toulouse, par immersion dans un bain bouillonnant en continu pour la décongélation, la cuisson et le refroidissement. Aujourd'hui, son usine de Boulogne-sur-Mer est équipée d'un système comparable, mais par aspersion. Convoyé par un tapis, le produit est moins abîmé et cuit plus rapidement à cœur. La productivité est également accrue. Devenue semble-t-il un véritable enjeu, l'automatisation est tout aussi poussée chez les autres cuiseurs. Capitaine Houat (groupement Intermarché), qui cuit 6 000 t de crevettes par an, a investi en 2007 dans une ligne automatique par aspersion. Sa capacité d'operculage a par ailleurs doublé en 2008. Et si la mise en carton reste pour l'heure manuelle, cette tâche pénible sera robotisée courant 2009. L'usine a aussi investi sur l'ergonomie du décartonnage, avec un tri effectué pour le recyclage selon la nature de l'emballage (carton, papier, polystyrène…), dirigé vers des presses adaptées.

Ocea'Crus, qui a construit en 2008 une usine à Vitrolles, l'a dotée d'une ligne de cuisson, refroidissement, surgélation, conditionnement complètement automatisée jusqu'à l'évacuation des déchets cartonnés et leur compactage. Seuls le déballage et la préparation restent manuels.

Pour améliorer la gestion des stocks, on peut aussi mettre en place un système de lecture automatique des codes-barres (n° de lot, code fournisseur…) à l'arrivée des produits. Les phases suivant la cuisson : égouttage, pesée, mise en barquette (operculable ou non) ou en caisse polystyrène, étiquetage, sont quant à elles en principe automatisées. La mise en palettes reste manuelle. Mais leur étiquetage automatique, avec un code-barres pour la matière première, l'origine et le calibre, peut faciliter la gestion des stocks en GMS.

LA SAUVAGE PLUS FRAGILE

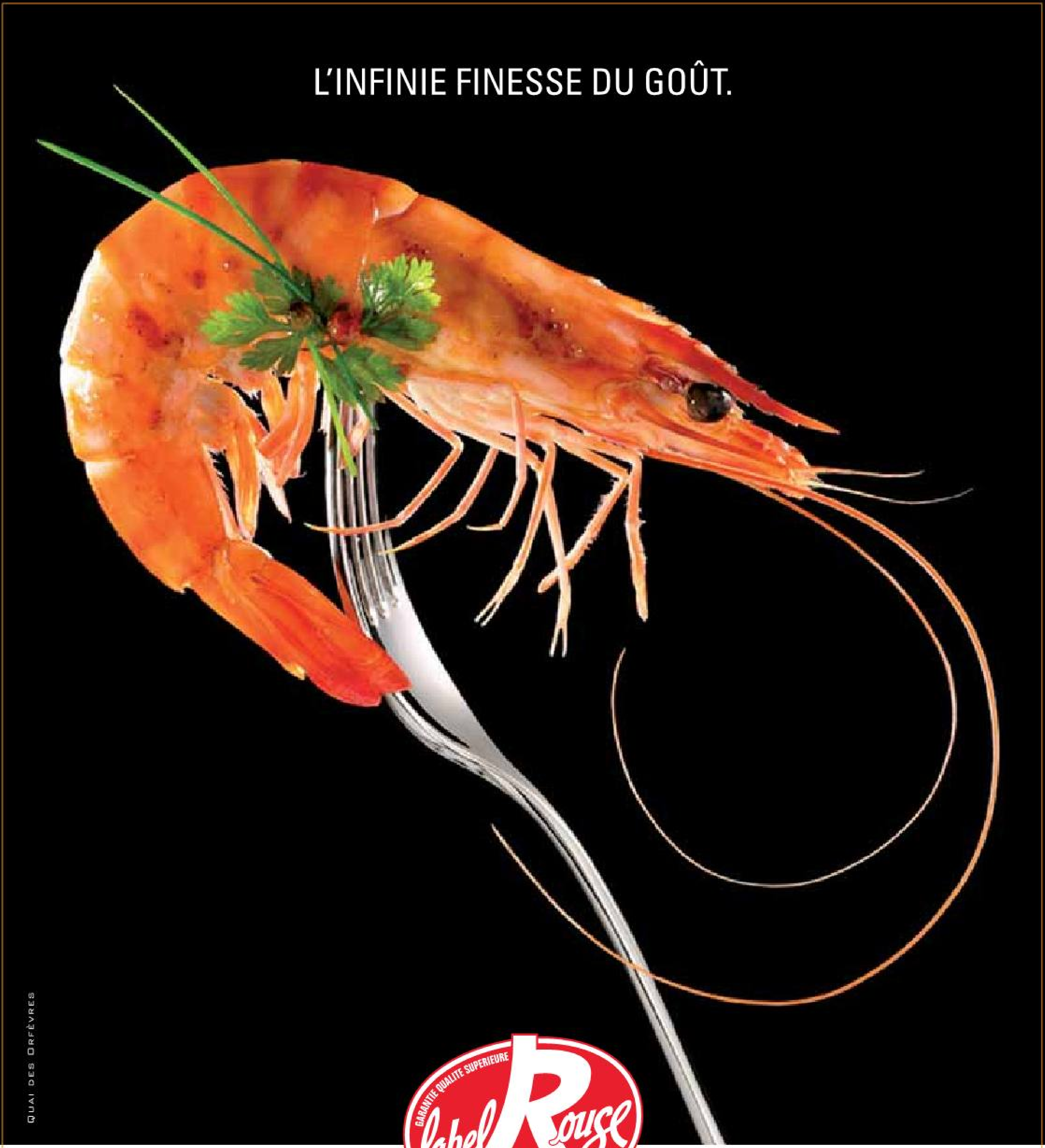
Jusqu'au développement de l'aquaculture dans les années quatre-vingt, les cuiseurs ne travaillaient que des crevettes sauvages. Aujourd'hui, la production de crevette cuite réfrigérée s'appuie à 90 % sur les élevages tropicaux. Sur quelque 160 espèces de crevettes d'eau chaude, deux s'adaptent bien à la cuisson industrielle : la *Penaeus vannamei* et la *Penaeus monodon*. La production de *P. vannamei* a progressé régulièrement jusqu'en 1998, atteignant 198 000 t, avant un net recul en 1999 et 2000 provoqué par l'épizootie de *white spot* en Amérique latine. Sa croissance a toutefois rapidement repris, avec l'introduction de l'espèce et l'expansion de l'élevage en Asie. En 2004, la production mondiale atteignait 1 386 000 t, dont plus des trois quarts en Asie (une grande part consommée localement) et le reste en Amérique du Sud.

Le recours de l'Asie à la *P. vannamei* s'explique par les mauvaises performances de la plupart des crevettes endémiques et leur sensibilité aux maladies. Plusieurs épizooties de virus ont causé, dans les années quatre-vingt-dix, des pertes importantes. La production asiatique a commencé à se redresser à la fin de la décennie grâce au développement de la *P. vannamei* qui présente plusieurs avantages par rapport à la *P. monodon*, crevette auparavant dominante en Asie.

Tout d'abord, la *P. vannamei* permet de réduire les coûts de production grâce à une croissance rapide, une tolérance à une forte densité dans les bassins, des besoins

Lionel Flageul

Ligne de cuisson automatique chez Capitaine Houat à Lorient.



Homologation N°LA/05/03

Des crevettes qui sont le fruit d'une aquaculture douce, résolument respectueuse de l'environnement, il y en a quelques unes... Des gambas élevées à Madagascar dans une nature préservée, avec de l'espace, et une alimentation saine, garantie sans additifs médicamenteux, il y en a beaucoup moins... Des crevettes qui vous garantissent en plus toute l'année le summum du goût, c'est encore plus rare, c'est unique ! Voici pourquoi les crevettes de Nossi-Bé Sélection et Royalmar Sélection sont les seules crevettes de Madagascar à avoir obtenu le Label Rouge. Nos gambas sont plébiscitées par les consommateurs. Offrez-leur la meilleure des gambas, choisissez le Label Rouge.

UNIMA France s.a.s 57, place de la République 69002 LYON Tél 33 (0) 4 78 385 385 Fax 33 (0) 4 78 42 43 05 Email unima.france@unima.com

protéiques moins élevés tout en offrant un rendement en chair supérieur. Ensuite, elle résiste à certaines maladies et supporte les basses températures… Pourtant, pour les producteurs, la petite taille de la *P. vannamei* à l'âge adulte joue en sa défaveur, car son prix est inférieur à celui de grosses crevettes, comme la *P. monodon*. D'autant plus que l'expansion de sa production et de sa commercialisation par un grand nombre de pays se traduit par un tassement des cours.

En France, la *P. vannamei*, importée principalement de l'Équateur et du Brésil, et dans une moindre mesure de Colombie ou du Venezuela [1], est désormais l'espèce la plus répandue pour la cuisson. En dépit de sa couleur pâle, qui lui a valu l'appellation de crevette à pattes blanches. Mais l'attractivité de son prix en a fait un produit incontournable. Sans que les exigences des cuiseurs soient pour autant moins fortes. Au contraire, sa chair ferme, l'absence de têtes cassées, son goût moins vaseux en font leur préférence. Côté couleur, les cahiers des charges portent sur des crevettes de plus en plus foncées : A3, voire A4 sur une échelle A1 à A5. Car l'utilisation de colorants n'est plus de mise. Les distributeurs veulent des produits plus « naturels ».

La *P. monodon* (Madagascar, Seychelles), bénéficiant d'une image de qualité et d'une belle couleur naturelle, voire même de l'appellation gambas bio (OSO) ou du Label rouge (Unima), est, du fait de son prix plus élevé, plus difficile à vendre en GMS. Il en va de même pour les crevettes sauvages, à l'instar des quelque 1 600 t à 1 800 t pêchées en Guyane (*P. subtilis* et *P. brasiliensis*) par les 24 navires surgélateurs de la Compagnie des Pêches Saint-Malo, basés à Cayenne. Une majorité de calibres 30/40 et 40/60 commercialisés en crue congelée, mais aussi en cuite congelée et cuite réfrigérée par le groupe, qui dispose de son propre atelier de cuisson à Saint-Malo.

Mais le prix n'est pas le seul argument en faveur de la *P. vannamei*. Peu fragilisée par une simple sortie des bassins, elle est souvent congelée très rapidement, de plus en plus d'usines de conditionnement se trouvant sur les sites d'élevage. De même pour la *P. monodon*, avec des différences selon les pays. À l'inverse, un refroidissement à bord suivi d'une congélation à terre peut rendre moins résistante une crevette sauvage. Mais surtout, même congelée à bord, la crevette sauvage parfois fragilisée en fonction de la vitesse et du relevé des chaluts. Résultat : les têtes tendent à se détacher à la cuisson. *« C'est pourquoi nous ne travaillons pas en automatique »*, explique Yannick Le Peillet, dont l'unité ne cuit, il est vrai que 1 000 t par an. *« Nos crevettes sont placées dans des paniers actionnés par des palans à chaque phase du process : décongélation, cuisson, refroidissement. Par ailleurs, notre produit étant par définition moins régulier qu'une crevette d'élevage, la mise en barquette est manuelle, pour réajuster le calibrage. »*

Lionel Flageul

Le conditionnement automatique est de plus en plus fréquent.

MÉTABISULFITE DE SODIUM : DES SEUILS PLUS ÉLEVÉS

La directive 2006/52/CE du Parlement et du Conseil du 5 juillet 2006 a modifié la directive 95/2/CE concernant les additifs alimentaires. Le taux maximum de métabisulfite de sodium autorisé dans les crustacés et céphalopodes a été augmenté pour certaines familles, dont les Penaeidae pour lesquelles une distinction de calibre est établie :

Pour les crustacés et céphalopodes crus, le taux maximum était de 150 ppm. Pour les Penaeidae, il est aujourd'hui de :
- 150 ppm pour les calibres inférieurs à 80 unités/kg
- 200 ppm pour ceux compris entre 80 et 120 unités/kg
- 300 ppm pour les ceux supérieurs à 120 unités/kg
Pour les crustacés et céphalopodes cuits, il était de 50 ppm. Pour les Penaeidae, il est aujourd'hui de :
- 135 ppm pour les calibres de moins de 80 unités/kg
- 180 ppm pour ceux compris entre 80 et 120 unités/kg
- 270 ppm pour ceux supérieurs à 120 unités/kg

Mais dans la pratique, les taux sont bien inférieurs aux seuils autorisés. Côté fournisseurs, la clientèle demande souvent 120 à 130 ppm pour les produits crus. Certains cuiseurs se fixent un seuil maximum qui parfois n'excède pas 80 ppm. *« Nous sommes restés sur la valeur de 50 ppm,* indique Compagnie des Pêches Saint-Malo, où les produits ne sont traités qu'une fois, à bord des bateaux, par trempage dans une solution d'eau douce à 2 % de métabisulfite. *« Nous avons mis en place des procédures, grâce à des sachets pré-dosés, pour assurer la régularité du traitement. »*

(1) Publiée au Journal officiel de l'Union européenne du 26 juillet 2006

[1] Source : Commerce extérieur des produits de la pêche et de l'aquaculture – Bilan 2007 – Ofimer d'après Douanes françaises.
[2] Crusta d'Oc près de Toulouse, Capecrus à Boulogne-sur-Mer, TCC à Vitrolles.

KRUSTANORD®

EXIGEZ LA QUALITÉ

Crevettes cuites de Madagascar

Langouste et queue de langouste

Turbot

King Crabe

Création et réalisation : www.c-graphik.fr

GRUPO PESCANOVA

www.krustanord.com

Unima : la cuisson version Label rouge

Dans son unité de Boulogne-sur-Mer, Unima-Nossi-Bé suit une procédure de cuisson de crevette Label rouge. Avec une obligation de résultat : un goût supérieur à la crevette standard.

Premier producteur de crevettes à obtenir le Label rouge, l'unité boulonnaise d'Unima, établie depuis 2006 sur le parc paysager de Landacres sur la commune d'Isques (62), est aussi le premier site en Europe à avoir été certifié par la norme environnementale ISO 14001. Unima reçoit, crue et surgelée, la crevette élevée ou pêchée à Madagascar, via Marseille, où elle arrive par conteneur, et Vitrolles où la SAS Unima-France possède sa capacité de stockage.

Deux ans et demi après sa mise en marche, le site, dirigé par Didier Le Tetour, atteint une capacité annuelle de 2 000 t. Il possède deux lignes continues de décongélation-cuisson-réfrigération, longues de 23,50 m. *« L'une d'elles est dédiée au Label rouge, mais lorsqu'elle n'est pas utilisée, nous faisons bénéficier notre production standard de notre meilleur process »*, explique Didier Le Tetour, directeur du site. La technique de l'aspersion a été choisie à celle de l'immersion. La crevette surgelée suit un parcours dans un immense carter en inox, mis au point par le constructeur danois Cabin Plan, qui protège le produit. Sous un panier troué qui asperge de l'eau à des températures variables, la gambas est successivement décongelée, cuite, refroidie puis réfrigérée. *« Elle passe ainsi sous une eau à basse température, puis sous une eau entretenue à température à l'aide de vapeur, avant d'être refroidie à l'eau froide et réfrigérée par une saumure traditionnelle. »* Le tout ne dure, pour une crevette d'un calibre moyen, qu'environ trente minutes.

Le cahier des charges du label, exigeant, a été certifié par Qualité France SA le 17 avril 2007. Du cru surgelé au cuit réfrigéré : ce process original a l'avantage de préserver de façon optimale les qualités organoleptiques et gustatives de la crevette, son intégrité physique (jusqu'au bout des pattes ou des antennes), tout en assurant l'hygiène et la sécurité alimentaire. Car le couple temps-température est maîtrisé pour traiter des produits de calibre fort différent. Et les manipulations limitées au plus strict minimum. Sur les 18 salariés affectés à la production, seuls quatre assurent le fonctionnement des deux chaînes. Les autres travaillent au déballage, au conditionnement et à la préparation des commandes.

Benoît Lobez

L'unité de cuisson est implantée sur un site de 2 000 m² qui a nécessité un investissement de 7 millions d'euros. Ici, la phase de décongélation.

D.R.

Libre service, GMS et rayon traditionnel

La crevette cuite fraîche, sortie de Boulogne, est expédiée directement vers trois marchés principaux, avec des conditionnements adaptés : *« Nous avons une gamme libre service, en barquettes de 200 g à 1 kg, qui comprend nos conditionnements de 200 g et de 400 g en Label rouge,* explique Didier Le Tétour. *Nous possédons également une gamme traditionnelle (standard et Label rouge) commercialisée en caisse polystyrène de 2 kg sous glace. Enfin, nous fournissons les GMS en sacs sous atmosphère protectrice de 2 ou 3 kg (standard et Label rouge). Un tiers de notre production environ est déjà commercialisé avec le label et nous espérons davantage dans les années à venir. »* Pour le directeur marketing, Xavier Gougeon, *« le frais est encore un territoire vierge pour les marques, avec un gros avantage, la perception de fraîcheur par les consommateurs, très porteuse sur ce type de produits. »* De fait, Unima-Frais garantit à tous les consommateurs une fraîcheur absolue : *« croquantes, juteuses, fermes, savoureusement iodées, nos crevettes sont de haute qualité. Et toutes ces qualités, validées par des panels d'experts et des tests de consommateurs, sont contrôlées à chaque étape de la chaîne du froid, jusque chez les clients distributeurs. »* Le packaging montre deux visuels de crevettes cuites et crues *« pour que le consommateur ne soit plus effrayé devant des crevettes grises car encore crues ».*

Pour étoffer ses volumes, Unima Boulogne assure aussi des prestations pour divers clients, de la GMS notamment. Et le principal producteur de la *Panaeus monodon* de Madagascar n'exclut pas d'évoluer vers les crevettes préparées et cuisinées.

Benoît LOBEZ

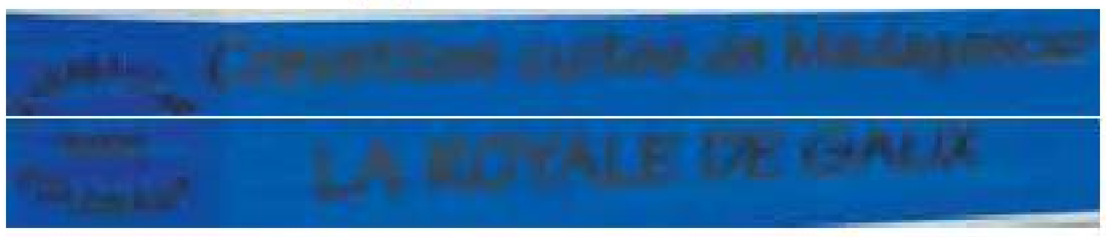
GALIX SEA FOODS PRODUCTION

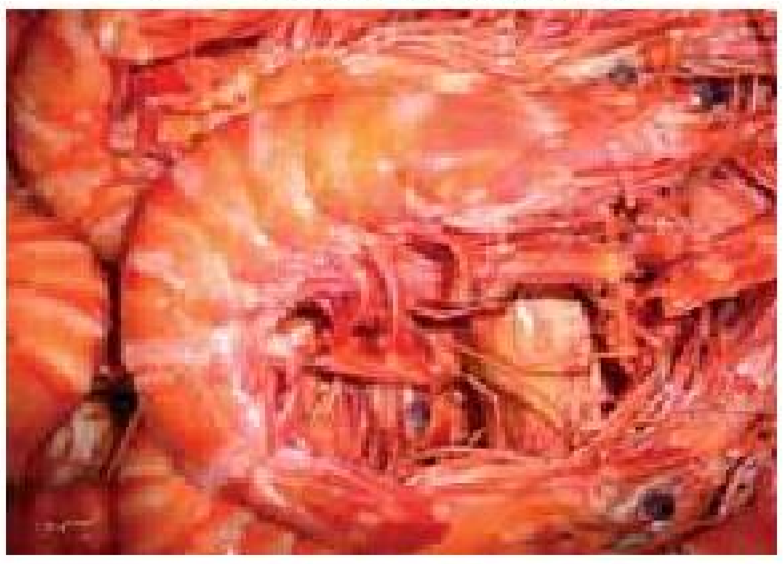
MIN de Saumaty. Chemin du littoral. ☎ : 04.91.46.73.30
13016 MARSEILLE 📠 : 04.91.46.29.86
E-mail: galixseafoods@wanadoo.fr

Le savoir faire dans la Cuisson de Crevettes !

Située au cœur de Marseille, à « l'Estaque »

La Royale de Galix





Spécialiste de la cuisson de Crevettes et Crustacés

La Belle de Galix

FRANCE AGRO INDUSTRIES

L'expert de la cuisson et de la congélation depuis 20 ans !

Notre spécialité :

Le Ruissellement

Nos domaines d'expertise :

Le Développement et l'innovation dans la décongélation, la cuisson et la congélation

Notre savoir faire :

Obtenir rapidement avec homogénéité un produit cru ou cuit, réfrigéré ou congelé avec des rendements exceptionnels

Venez découvrir nos lignes d'une capacité de 30 à 3 500 kg/heure !

FRANCE AGRO INDUSTRIES - Parc de la bouvre - 12, rue Gutemberg - 44340 Bouguenais - France
Tel : +33 2 51 70 65 65 / Fax : +33 2 51 70 63 50 / www.fai.fr
contact@fai.fr

L'œil du cuiseur chez **Crustafrais**

Alors que les cuiseurs industriels produisent sur des lignes très automatisées, Crustafrais revendique l'intervention humaine pour obtenir un goût « maison ».

Intervenant récent chez les cuiseurs français, Crustafrais travaille à partir d'une ligne de cuisson manuelle. Choix qui offre de la flexibilité à l'entreprise dieppoise. Sa production de crevettes cuites peut ainsi alterner avec des langoustines ou des gros crustacés. Ce métier, Dominique Ducrou, chef de production, l'exerce depuis 16 ans. Formé par des maîtres cuiseurs, il sait donner un goût particulier aux crevettes qu'il travaille à sa manière : *« c'est en personnalisant la saumure qu'on peut apporter une touche »* explique-t-il.

À condition de capter le bon produit à la source, chose qu'Emiliano Castillo pratique au quotidien. Vénézuélien d'origine, il connaît bien la *vanamei* sud-américaine. *« J'achète en Équateur, en Colombie et au Vénézuela, mais c'est la monodon de Madagascar qui exprime le mieux les qualités gustatives de la crevette tropicale d'élevage. Nous importons également de la monodon du Vietnam et d'Inde. L'origine indienne présente un intérêt certain, nous en sommes plutôt satisfaits. »*

Première étape importante pour réussir la cuisson et optimiser le goût, la décongélation par aspersion (dessus et dessous) est très lente. L'opération achevée, Lucile Lévêque, jeune ingénieur qualité, prend en mains les contrôles : aspect, température, poids, mélanose… Elle assure également le suivi quotidien de l'hygiène ainsi que le développement de nouveaux produits. Après la mise en chauffe des cuves au petit matin pendant une heure, la production peut commencer. Huit personnes sont à leur poste, du déballage des pains de crevettes surgelés jusqu'au conditionnement final.

À chaque espèce, à chaque taille, correspond un temps de cuisson (3 à 9 minutes) et de refroidissement (30 secondes à une minute) dans une saumure à – 18 °C. *« Le contrôle de la densité de sel et de sucre est important si l'on veut obtenir un crustacé brillant »* explique Dominique Ducrou. Le responsable suit aussi attentivement le temps d'égouttage. Reste à conditionner le produit, l'opération est manuelle pour les grosses tailles. Manuel également l'approvisionnement en petits et moyens calibres, en revanche, leur dosage est automatisé.

Repreneur de Crustafrais, Gilles Lorin ne cherche pas à saturer l'usine de Saint-Martin-l'Église dont la capacité tourne autour de 2 200 t par an. Mais il se félicite de voir l'activité repartir au bon rythme : *« On est au dessus de nos objectifs, c'est bon signe ».* D'autant que la clientèle de Rungis et de mareyeurs apprécie la souplesse de son prestataire de service.

Bruno VAUDOUR

Bruno Vaudour

Cuves de cuisson à l'usine de Saint-Martin-l'Église près de Dieppe. Chaque taille, chaque espèce de crustacé exige un temps de cuisson *ad hoc*.

Bruno Vaudour

Aux mannettes, Dominique Ducrou (chef de production, à gauche), Lucile Lévêque (responsable qualité), Gilles Lorin (directeur général) et Emiliano Castillo (responsable des achats et des ventes).

B.V.

Avant et après cuisson, sans colorants, merci à la crevette malgache.

Dictionnaire Multilingue des Poissons et Produits de la Pêche

Prix de vente :

70 €

(+ frais de port)

Il y a maintenant plus de dix ans, paraissait la première édition d'un ouvrage attendu par tous ceux qui s'intéressent à la pêche, aux poissons et aux produits de la mer : un dictionnaire multilingue permettant à tout un chacun de se retrouver à travers les appellations internationales de tous les animaux marins et de leurs produits transformés.

Ce **"Dictionnaire Multilingue des Poissons et des Produits de la Pêche"**, *réalisé par l'O.C.D.E. et publié par Fishing News Books Ltd, a connu rapidement un succès considérable et il a fallu envisager, peu d'années après, sa réédition, afin que sa mise à jour soit complète et comporte les nouvelles espèces commercialisées depuis dix ans.*

Le dictionnaire répertorie quelques 1 100 articles. Les textes principaux sont en français et en anglais avec les dénominations en usage dans les principales régions du monde.

Il comporte également un lexique en quinze langues différentes, plus les dénominations scientifiques.

Il s'agit là d'un instrument de travail indispensable, aussi bien aux milieux de l'import-export qu'aux scientifiques, ainsi qu'à tous ceux qui ont à se préoccuper des dénominations des espèces marines.

Les commandes accompagnées du règlement doivent être adressées à :

La Librairie de Marines
CS 16311
35063 Rennes cedex

Commande par téléphone

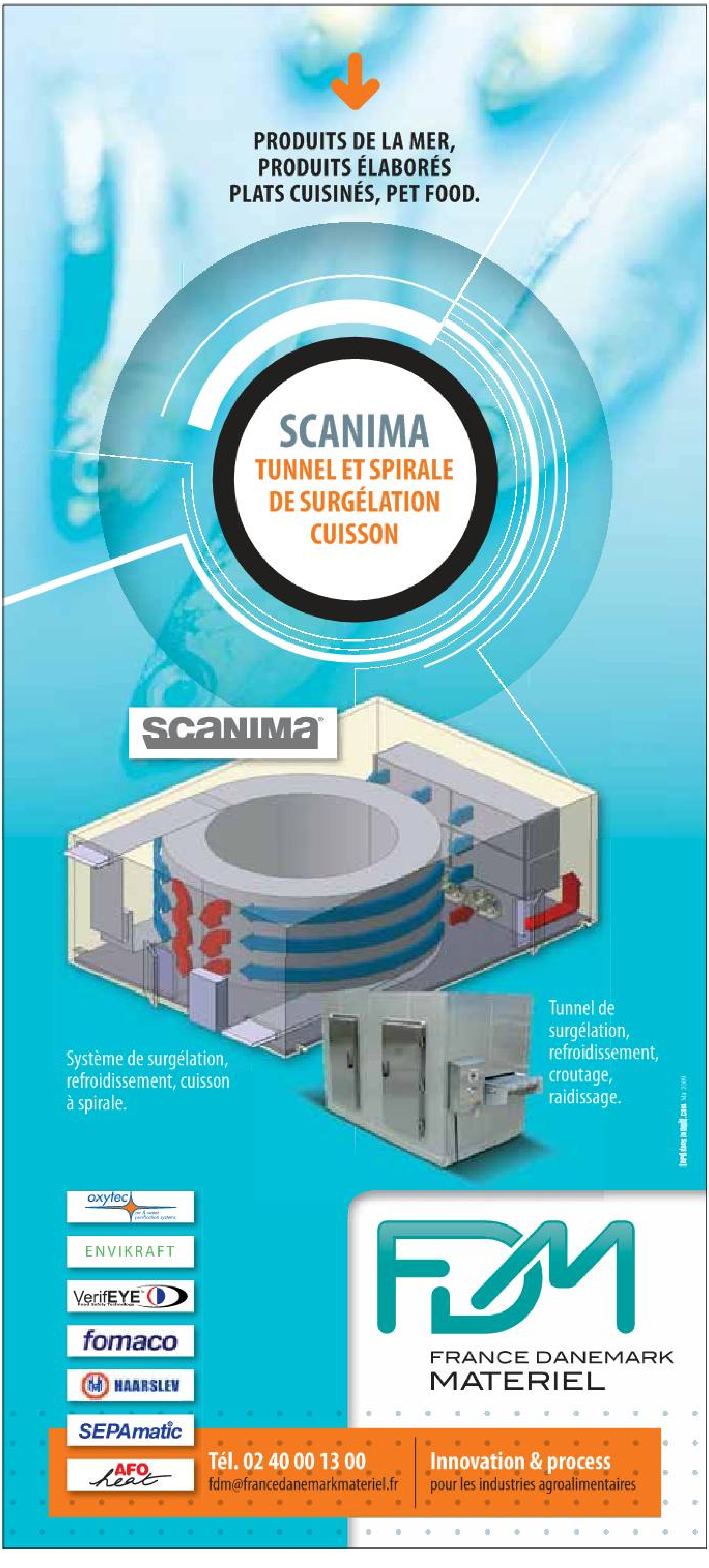
Tél. : 02 99 32 58 47
Fax : 02 99 32 58 84

Réservé au paiement par carte bleue

FRAIS DE PORT

Montant de la commande	envoi normal	colissimo suivi
Inférieur ou égal à 20 €	4 €	5 €
de 20 à 70 € inclus	5,5 €	6,5 €
de 70 à 130 € inclus	8 €	9 €

Supérieur à 130 €, port offert en colissimo suivi
Hors CEE, nous consulter.



Cuisson compacte et mobile

La nouvelle ligne de cuisson brevetée par France Agro Industrie a ceci d'original qu'elle est compacte et mobile. Ainsi, elle dispose d'un groupe frigorifique qui permet de décongeler et de refroidir crevettes et langoustines après cuisson. Autre atout : l'économie d'énergie. En effet, la machine fonctionne avec le principe de la pompe à chaleur. La puissance de la condensation est utilisée pour décongeler le produit avant cuisson. Enfin, la vitesse du tapis, permet à cette ligne compacte de s'adapter à la nature du produit.

www.fai.fr

Purification en circuit fermé : Économisez

Marinecosystems propose des stations de purification de coquillages en circuit fermé. Le système repose sur le Traystor I, un bassin ou bac d'entreposage empilable et doté d'un système de canalisation d'eau. Les bacs supérieurs douchent les bacs inférieurs. Un procédé garanti sans débordement, pour une filtration et une stérilisation économique en place comme en eau. Une réserve de 40 à 50 m³ suffit pour traiter 8 à 10 t de coquillages par jour.

www.marinecosystems.com

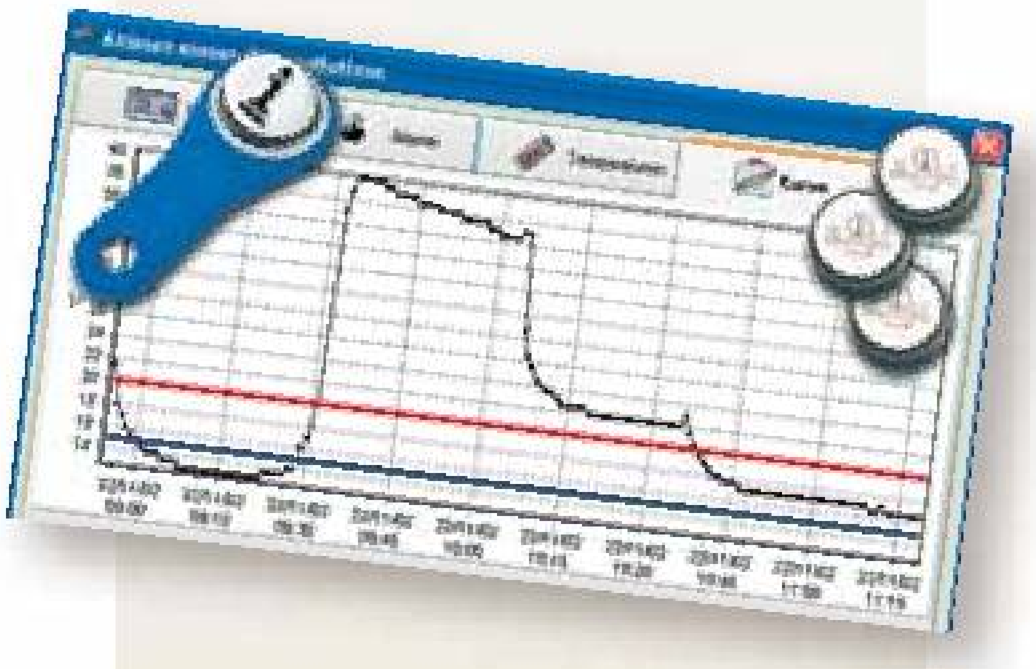
Le papier thermique longue durée

La société Jujo Thermal vient de développer un papier qui résiste à l'épreuve du temps puisque sa durée de vie est garantie presque 25 ans. Cette gamme baptisée JTK Extra Durable AP50KJ-R devrait intéresser les logiticiens, comme ceux qui auraient besoin de garder des traces de transaction pendant des années. La longévité de l'impression est due à un colorant activé par la chaleur sur la couche thermique du papier. Et pour l'utiliser, il suffit de disposer d'une imprimante Epson, SII ou IBM par exemple.

www.jujothermal.com

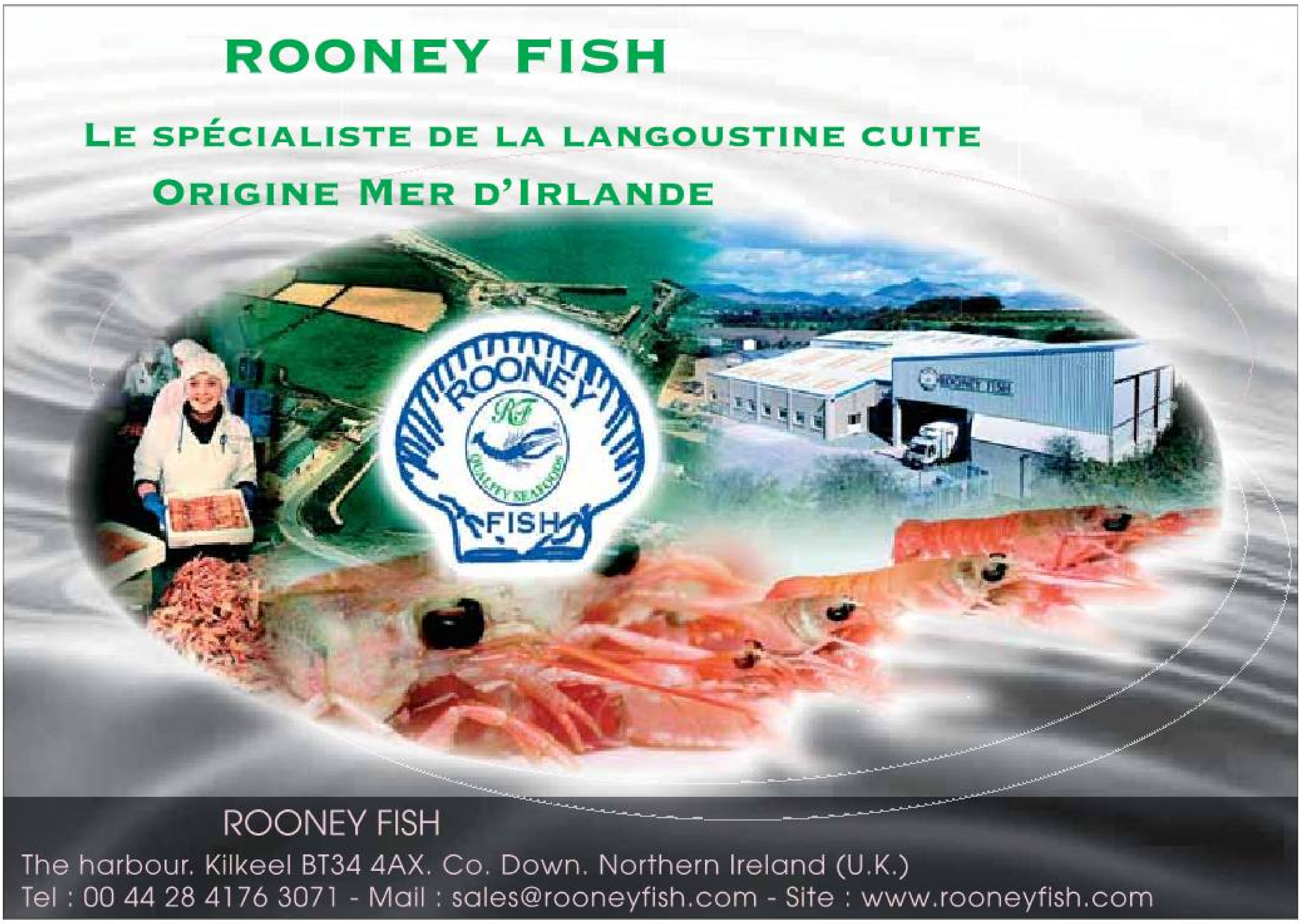
Mini Enregistreur de température

Avec ses 6 mm d'épaisseur et ses 16 mm de diamètre, Thermo Bouton est un des plus petits enregistreurs de température du marché. Il est donc facile à placer aussi bien dans une chambre froide que dans un simple colis.



Pour récupérer les informations enregistrées et stockées dans le bouton, il suffit d'aller sur Thermotrack online, une application facile à partager avec vos clients ou vos fournisseurs. Vous pouvez aussi choisir d'installer sur votre PC le logiciel Thermotrack PC.

www.plug-and-track.com


ROONEY FISH
Le spécialiste de la langoustine cuite
Origine Mer d'Irlande
ROONEY
RF
QUALITY SEAFOODS
FISH
ROONEY FISH
The harbour. Kilkeel BT34 4AX. Co. Down. Northern Ireland (U.K.)
Tel : 00 44 28 4176 3071 - Mail : sales@rooneyfish.com - Site : www.rooneyfish.com

PdM
Pour votre
Publicité
Tél : 02 99 32 58 44

proviviers
au cœur de l'océan
aquariums & viviers standards ou sur mesure
Asbury
Zac de Belle Aire - 17440 AYTRÉ - Tél. 05 46 34 29 57 - Fax 05 46 34 24 55
e-mail : contact@proviviers.fr Site internet : www.proviviers.fr

Rooney Fish cuit

Installé en Irlande du Nord, Rooney Fish a investi dans du matériel canadien pour valoriser ses langoustines ultra-fraîches au rayon frais.

Basé à Kilkeel, principal port de port d'Irlande du Nord, Rooney Fish fournit des langoustines, des fruits de mer et autres poissons frais et réfrigérés au Royaume-Uni, en France, en Italie, en Espagne et en Russie. La société familiale affiche notamment l'ambition de progresser en France. Un marché où ses langoustines ne s'échangent pas à des tarifs aussi élevés qu'en Espagne ou Italie.

Pour parvenir à ses fins, face à « *une flottille locale qui diminue et vieillit, valoriser au maximum nos produits de première qualité est impératif* », souligne Andrew Rooney, responsable de l'entreprise. Et d'affûter ses armes en investissant dans de nouvelles technologies.

Son atelier, outil souple et flexible, traite 8 t de langoustines par jour (nettoyage en eau saumurée, ajout de méta bisulfite et calibrage). Pour l'heure, cette production est surgelée à 99 % en passant dans un tunnel de congélation rapide à l'azote -135 °C. Mais depuis 2008, Andrew Rooney a mis en route un nouveau process pour développer le cuit frais. « *Ce dispositif de cuisson neuf et entièrement automatisé a été développé en partenariat avec une équipe d'ingénieurs canadiens. Nous avons décidé d'investir, il y a à peu près trois ans, après un salon à Boston, pour saisir une opportunité du marché que nous avions identifié. Plusieurs clients nous avaient demandé si nous pouvions leur fournir des fruits de mer cuits. Il existait une machine canadienne intéressante. Toutefois, parce qu'elle était trop longue en taille, pas assez automatisée, et que les temps de cuisson étaient trop lents nous avons décidé de la modifier. Nous voulions une machine qui cuirait les langoustines plus rapidement pour conserver leur saveur et leur qualité.* »

D.G.

Dans l'atelier de Rooney Fish, les langoustines fraîches sont nettoyées, traitées aux métabisulfites puis calibrées avant d'être congelées ou d'intégrer le processus de cuisson.

Avec cet outil, dont elle a pour l'instant tiré 5 t de produits finis à Noël, Rooney Fish met en valeur une langoustine de premier choix et la distribue directement sur les marchés du frais. La société a aussi la possibilité de créer une nouvelle offre sur le marché des produits surgelés traditionnels. Elle souhaite, à l'avenir, élargir progressivement cette gamme en s'appuyant sur des approvisionnements locaux (tourteaux et coquillages en cuit congelé).

Reportage : Dominique GUILLOT

Rooney Fish

Dirigeant : John et Andrew Rooney
Chiffre d'affaires : 5,5 millions d'euros
Effectif : 33 salariés
Activité : langoustine cuite et congelée

Rooney Fish souhaite limiter le sel et travailler à la disparition du traitement au méta bisulfite pour proposer un produit sans additif, « cuit du jour ».

CONCURRENCE :

Cet appareil « deux en un » a été réalisé sur mesure par CMP, mais on peut néanmoins citer dans le champ d'une offre potentielle, des entreprises comme Laitram Machinery et Cabinplant International, bien placées sur le marché de la transformation des crustacés.

ses langoustines avec CMP

Placées dans un emballage polypropylène largement ouvert, lui-même installé par lot de 8 dans des caisses qui sont glissées deux par deux (à la main), dans des gondoles, les langoustines sont d'abord plongées dans l'eau bouillante.

En continu et automatiquement, selon un temps déterminé à l'avance et grâce à des chaînes sur engrenage, les gondoles sont ensuite immergées dans un bain d'eau froide. Un vérin hydraulique les extrait de la machine en fin de cycle.

La cuisson se déroule en début d'après-midi. Les langoustines, placées, dans un suremballage transparent par paquet de 1 kg, sont expédiées le lendemain. Elles offrent une DLC de 14 jours grâce à un conditionnement sous atmosphère modifiée. Elles peuvent aussi être congelées.

DES SOLUTIONS CLÉ-EN-MAIN

La société canadienne CMP (pour Charlottetown Metal Products) travaille depuis plus de 25 ans dans la fabrication et la conception de matériels et de systèmes de traitement de produits de mer, en fournissant des solutions clé-en-main. Elle vise à proposer des outils qui permettent de réduire la main-d'œuvre, tout en conservant une haute qualité de production.

Ses cuiseurs et ses refroidisseurs à bain d'eau et à écoulement continu sont adaptés à des volumes importants de mollusques et crustacés. La méthode de cuisson, précise, garantit une qualité homogène au produit. L'eau est chauffée par vapeur, avec son propre système de contrôle de température. Les commandes de moteur d'entraînement adaptent la vitesse de la ceinture en tenant compte du temps de cuisson programmé.

Dans le système rapide installé chez Rooney Fish, le produit est chargé dans des gondoles de 15 kg, suspendues à deux convoyeurs à chaînes inoxydables. Ces gondoles voyagent dans de l'eau douce bouillante selon les configurations prédéterminées de temps de cuisson. Puis elles s'engagent une par une dans le réservoir d'eau froide. Ce bain rapide d'approximativement 6 secondes, permet de réduire la perte due à l'égouttement, et donc de maintenir un bon rendement au produit. Une fois la bonne température à cœur atteinte, les gondoles de langoustines, désormais cuites, passent au-dessus du bac de réfrigération pour être expulsées automatiquement de la station.

Andrew Rooney devant la machine qu'il a fait élaborer sur-mesure par CMP. Elle sera cette année déménagée dans un atelier séparant clairement la cuisson et le refroidissement.

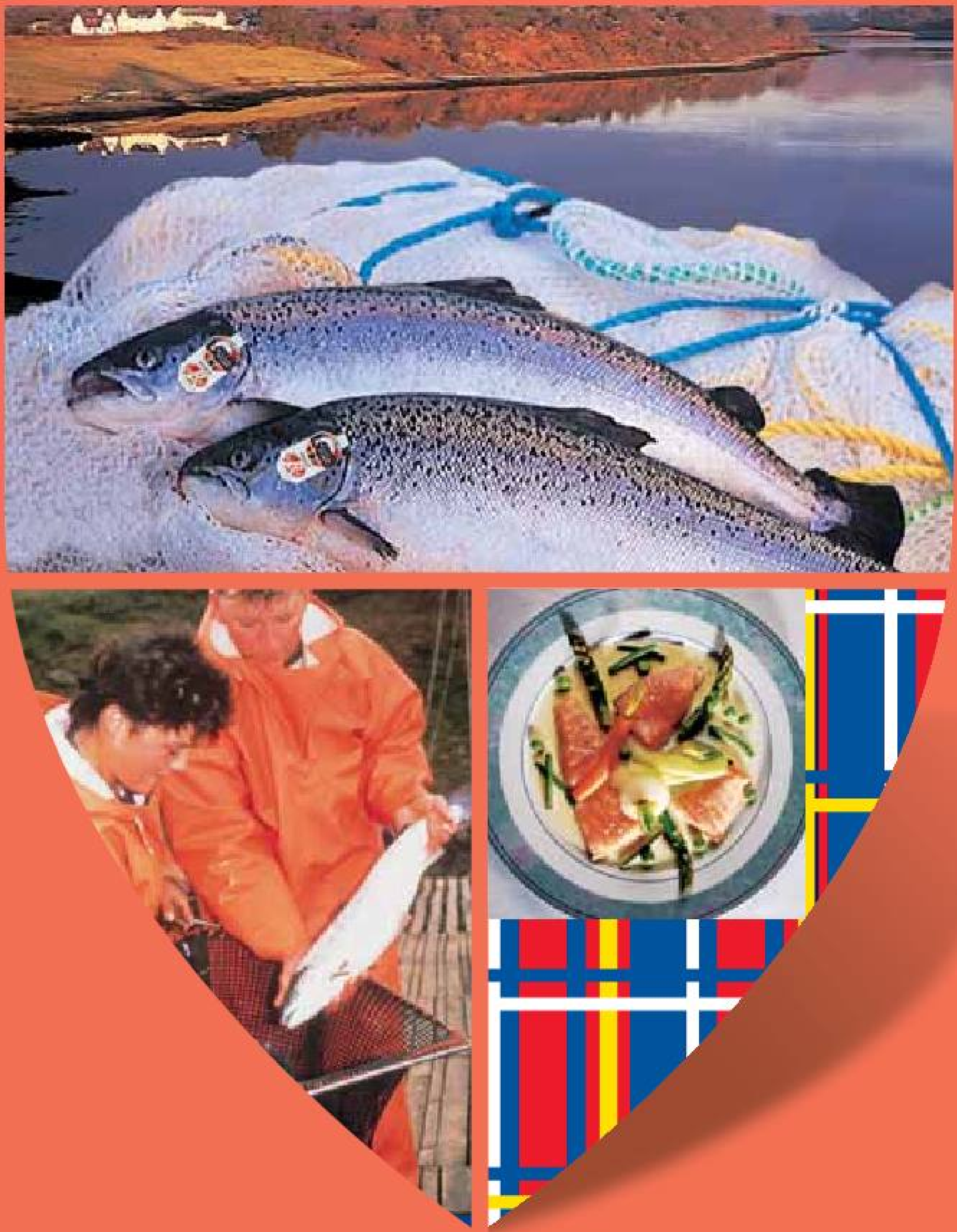
Entreprise

Dirigeant : Steve Kelley (président)
Chiffre d'affaires : non communiqué
Effectif : 50 salariés
Activité : équipements agroalimentaires
www.cmpequipement.com

Saumon Ecossais

LABEL ROUGE

UN ENGAGEMENT QUALITÉ
L'ASSURANCE DU GOÛT



Quality Approved SCOTTISH SALMON

Label Rouge
Homologation n° LA/33.90

SAUMON ÉLEVÉ EN ÉCOSSE
PROTECTED GEOGRAPHICAL INDICATION
SCOTTISH FARMED SALMON

KAZAK - 10/2008

Saumon Ecossais Label Rouge le plus distingué des écossais.

Service d'information et de promotion
59, avenue Marceau - 75016 Paris - Tél. : 01 40 73 81 83 - Fax : 01 39 89 08 15
www.saumonecossais.com - email : pierre.maurage@9online.fr

Le saumon écossais rougit encore

Pays reconnu internationalement surtout pour sa production inégalée de whisky, l'Écosse n'en demeure pas moins un acteur déterminant dans l'économie européenne des produits de la mer. Premiers fournisseurs de langoustines au monde avec 25 000 t pêchées par an, les Écossais, précurseurs, ont travaillé aussi, dès les années 1970, à la maîtrise du cycle de vie du saumon pour en assurer l'élevage.

Encore balbutiante il y a une vingtaine d'années, l'industrie écossaise salmonicole s'est renforcée et structurée, notamment avec l'afflux d'investissements venus de l'autre côté de la mer du Nord. Si la Norvège contrôle aujourd'hui l'essentiel de la production écossaise, la principale préoccupation repose sur la volonté de viabiliser les débouchés sur un marché aujourd'hui florissant, mais qui se veut toujours plus exigeant tant pour la qualité du poisson que du respect de l'environnement.

Pour assurer leur image de marque, les éleveurs écossais avaient anticipé le besoin des consommateurs à la recherche d'un produit offrant saveurs et transparence. En 1992, leur saumon a été le premier poisson à obtenir le certificat Label Rouge hors de l'hexagone. Industrie réputée polluante, même si soucieuse de préserver un cadre naturel optimal pour pérenniser sa réussite, la salmoniculture demeure en recherche d'un mieux-disant écologique et durable. Il en va de sa survie. Au-delà de la vitrine qu'offre une homologation Label Rouge auprès du public, cette démarche, qui respecte des normes rigoureuses, favorise les critères de qualité.

La SSPO (Scottish Salmon Producers Organisation) entend dans les prochains mois apporter des spécifications afin d'alléger le régime en poissons de leur saumon, ce qui le rendrait de fait un peu plus « eco-friendly ». Une perspective qui confirmerait l'idée que l'activité salmonicole n'est plus en surchauffe et se construit dans la durée comme une alternative à la pêche.

Reportage : Bertrand TARDIVEAU

Scottish salmon keeps its Red Label

It was faltering somewhat twenty years or so ago, but the Scottish salmon farming industry was strengthened and re-structured by a flood of investment money coming across the North Sea. Today Norway controls the major share of Scottish salmon production, but the main preoccupation of the industry is to ensure the profitability of market outlets in a market which is currently thriving, but which wants to be seen as ever more demanding from the point of view of the quality of the end product as well as for its protection of the environment.

To maintain their image in the marketplace, Scottish salmon farmers have been one jump ahead of the their customers, who are always looking for a product which offers flavour allied to an acceptable environmental quality. In 1992 Scottish salmon was the first outside France to be awarded a Red Label certificate. Always anxious to maintain the best possible natural impression, in order to perpetuate this success, the salmon farming industry in Scotland is constantly searching for an even better – and long lasting - ecological image. Championed by the Scottish Salmon Producers Organisation this aim and object may well, in time, be seen as an alternative to fishing itself.

Les Highlands jouent sur le **haut de gamme**

Désormais contrôlé par des compagnies norvégiennes, le troisième producteur mondial veut faire sa place dans un marché en demande. Sa priorité : la recherche de la qualité.

« Il y a une véritable pénurie de saumon dans le monde », avance Scott Landsburgh, directeur de la SSPO (Scottish Salmon Producers' Organisation), en soulignant l'appétit grandissant des consommateurs pour le saumon atlantique (*Salmo salar*). *« Plus d'un million de repas à base de saumon frais sont mangés chaque jour au Royaume-Uni. »* À ce rythme, face à la constante régression des stocks de saumon sauvage, l'aquaculture paraît être la réponse la mieux adaptée au maintien de la ressource ainsi qu'aux besoins croissants pour celui qu'on a souvent appelé « le roi des poissons » en raison notamment de la place privilégiée qu'il occupe au menu des repas de fête. De fait, selon la FAO (Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture), l'aquaculture représente aujourd'hui près de 50 % de l'offre mondiale de poisson, contre à peine 10 % en 1980.

Dans les années 1970, l'Écosse a été pionnière dans la mise en point des techniques de salmoniculture. Après la Norvège et le Chili, elle est le troisième producteur au monde de cette espèce qui reste la deuxième la plus élevée après la crevette. En 2008, les Écossais ont produit environ 136 000 t de saumon d'élevage, soit 6 000 t de mieux qu'en 2007. Derrière le cadre enchanteur des Highlands et des îles suspendues à l'Atlantique, le temps des petites entreprises familiales semble bien révolu. La quasi-totalité des exploitations sont aujourd'hui contrôlées par des compagnies norvégiennes. Malgré tout, le saumon reste une industrie florissante qui assure à l'économie écossaise 1 500 emplois directs, 4 700 emplois indirects, et des profits à hauteur de 220 millions d'euros.

En vingt ans, le marché du saumon n'a jamais cessé de croître. Bien que cette forte tendance à la hausse se soit stabilisée, passant de plus de 15 % dans les années 1990 à 3 % en 2005, elle paraît ne pas devoir s'inverser dans les années à venir, surtout si l'on tient compte des vertus nutritionnelles généralement attribuées au saumon, notamment sa teneur élevée en oméga 3. Des acides gras réputés pour combattre l'excès de cholestérol et réduire les risques de maladies cardio-vasculaires.

Le label rouge s'impose

La recherche de la qualité demeure une priorité pour les producteurs de saumon écossais, premier produit non-français à obtenir le fameux Label Rouge en 1992. Certificat assurant la qualité en bouche d'un produit, le Label Rouge garantit également une meilleure visibilité sur le marché français qui, selon la SSPO, absorbe plus du tiers des exportations de saumon écossais, soit environ 20 000 t. De fait, la France est le deuxième pays consommateur de saumon au monde après le Japon. Le poisson à chair rose représente 10 % des volumes de consommés de produits de la mer en France, soit environ 2 kg par an et par habitant en équivalent saumon entier. Ainsi, les Français ont importé l'an dernier pas moins de 6 600 t de saumon écossais Label Rouge.

« Le saumon écossais Label Rouge occupe un marché de niche », soutient Pierre Maurage, représentant de la promotion de ce produit en France. *« Nous nous adressons d'abord aux poissonniers. Ils représentent 70 % de notre clientèle. Viennent ensuite les fumeurs (20 %), puis les supermarchés. Une petite partie de la production est également réexportée depuis la France vers d'autres pays comme l'Allemagne ou auprès de clients qui sont sensibles à la garantie de qualité que procure l'appellation Label Rouge. »* En même temps qu'une certaine reconnaissance des consommateurs, le Label Rouge offre également le gage d'une stabilité des prix. Alors que la vente de saumon frais standard vers Boulogne oscille en fonction des stocks disponibles, jusqu'à 4 € par kg, le prix du saumon frais Label Rouge se négocie généralement aux alentours de 5 € par kg.

L'élevage industriel du saumon atlantique a toujours soulevé des questions d'ordre environnemental et sanitaire. S'il a été autrefois développé afin de reconstituer les ressources d'une espèce décimée par la surpêche, l'aménagement des rivières ou encore la pollution, il ne répond plus aujourd'hui qu'à des fins mercantiles, exerçant une pression accrue sur les autres stocks de poissons. En ef-

Bertrand Tardiveau

Certes, la qualité est une marque de fabrique mais la salmoniculture écossaise doit aussi faire face au défi écologique et durable.

marineharvest
excellence in seafood

Seafood for a better life

Le groupe Marine Harvest, un des leaders mondiaux dans le domaine des produits de la mer, disposant de fermes d'élevage et d'usines de transformation proche des zones de production du saumon atlantique. Aujourd'hui le groupe Marine Harvest distribue dans plus de 70 pays les produits issus de ses élevages et de ses usines de transformation.

Marine Harvest a pour objectif de livrer aux quatre coins du monde un saumon de grande qualité qui sera apprécié sur toutes les tables.Grâce à notre réseau international développé nous pouvons répondre rapidement aux demandes de nos clients les plus exigeants et leur apporter des solutions efficaces et adaptés. Au cours des dernières années le groupe Marine Harvest s'est fortement développé pour devenir un acteur majeur dans la production de saumon. Nous continuerons à bâtir notre développement en s'appuyant sur un partenariat étroit avec nos clients.

Marine Harvest France
Beaujardin BP 40 - F-35410 Chateaugiron
Tél : +33 (0)2 98 72 33 85 - Fax : +33 (0)2 98 72 40 22
www.marineharvest.com

GARANTIE QUALITE SUPERIEURE
label Rouge

fet, le saumon est un poisson carnivore assez vorace. D'après Greenpeace, pour en obtenir une livre, il faut jusqu'à cinq livres de harengs, lançons, sardines ou encore maquereaux afin de les transformer en alimentation pour poisson. Par ailleurs, une exploitation intensive des méthodes d'élevage peut favoriser l'apparition de maladies et s'avérer contre-productive.

D'après une étude récente de Peter Tyedmers, professeur à l'université Dalhousie d'Halifax (Canada), l'empreinte écologique du saumon élevé en Écosse serait nettement plus importante qu'en Norvège et au Chili. Pour chaque tonne de poisson récolté, la quantité de dioxyde de carbone (CO_2) rejetée dans l'atmosphère s'élèverait à 3 300 kg en Écosse, contre 1 750 kg chez les Scandinaves ou encore 2 250 kg chez les Sud-Américains. Selon le scientifique, cette différence trouve sa principale explication dans le régime alimentaire servi par les producteurs écossais. Constitué à 70 % de poissons, il représenterait l'essentiel des gaz à effet de serre émis par le saumon écossais. Peter Tyedmers tient néanmoins à nuancer les résultats de ses recherches. En fonction de l'impact carbonique des matières premières, une farine constituée de poissons comme des capelans peut s'avérer plus écologique que si on leur substitue des huiles végétales.

Bertrand Tardiveau

Réduire les protéines animales dans la nourriture du saumon est une des propositions des producteurs écossais à l'INAO afin de faire évoluer le cahier des charges du Label Rouge.

Si le marché du saumon ne semble pas devoir connaître la crise, une exigence accrue sur la durabilité et la qualité de sa production reste un gage important pour s'en assurer. Les démarches entreprises sous les contraintes d'une certification comme celle du Label Rouge vont clairement dans ce sens.

UN CODE D'EXCELLENCE EN PLEINE MUTATION

Sous le contrôle des organismes accrédités comme Certipaq ou bien son équivalent écossais Food Certification, la stricte observation d'un cahier des charges établi par l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité) permet une homologation au registre de l'appellation Label Rouge. Sur plus d'une centaine de pages, le cahier des charges édicte l'ensemble des règles applicables afin de produire du saumon de qualité Label Rouge. Afin de contrer la mauvaise presse dont le saumon d'élevage a été l'objet, la démarche Label Rouge s'est employée à *« donner au consommateur un repère qualitatif supplémentaire sur le marché du saumon, en lui proposant toute l'année un poisson de forme homogène dans le temps, sans malformation, sans blessure ou lésion quelconque »*.

Élevé en ferme marine respectueuse de l'environnement et selon des pratiques contribuant à son bien-être, le saumon Label Rouge doit être nourri avec une alimentation sélectionnée et équilibrée, puis enrichie en vitamines E, en vitamines C, ainsi qu'en acides gras durant la fin de la période de croissance. Il doit présenter une teneur en matières grasses et une coloration limitées et contrôlées. Toutes les étapes de la filière, depuis la naissance des saumons jusqu'à l'obtention d'un saumon frais adulte, doit être maîtrisée afin d'assurer la traçabilité du produit. Cette exigence vaut également pour le saumon fumé, puisque, ainsi que le rappelle Pierre Maurage, représentant de la promotion du saumon d'Écosse Label Rouge en France, *« depuis 2006, le saumon fumé étiqueté Label Rouge est soumis aux mêmes contraintes qui prévalent à l'obtention de l'appellation pour le saumon frais »*.

Au-delà de ses objectifs, le cahier des charges référence quantité de précisions techniques, appelées à évoluer avec le temps. *« Les normes contenues dans le cahier des charges sont restées inchangées depuis 1992, date à laquelle le saumon écossais a obtenu le Label Rouge*, rappelle John Webster, directeur technique pour la SSPO (Scottish Salmon Producers' Organisation). *Depuis, notre meilleure compréhension du cycle biologique des saumons a permis aux méthodes d'élevage de gagner en efficacité, ce qui a largement profité au poisson en termes de saveur et de texture. Nous avons réalisé d'immenses progrès, notamment dans les domaines de la santé du poisson, de son bien-être et de son alimentation, mais aussi pour ce qui touche à la protection de l'environnement aquatique. »*

Dernièrement, les producteurs écossais ont proposé à l'INAO d'amender certaines dispositions du cahier des charges. Est particulièrement visée la composition nutritionnelle des aliments utilisés durant tout le cycle de l'élevage des saumons. Si la part d'huile de poisson doit rester inchangée, la part des produits à base de poisson pourrait passer de 70 % à 60 %. Une diminution qui serait compensée par un apport en protéines d'origines végétales.

Estimée n'altérer en rien la saveur et la qualité du produit, cette réduction substantielle des composés d'origines animales répondrait autant à une nécessité économique qu'à une préoccupation écologique.

Sea Products of Scotland Ltd

The Lakeland Group

Sea Products of Scotland est la branche Vente et Marketing du Lakeland Group, le seul producteur de saumon en Grande Bretagne totalement intégré offrant un produit suivi de l'œuf à la table.

Nos géniteurs sélectionnés avec soin offrent œufs, frais et alvins de la plus haute qualité et absents de toute maladie.

Nos sites en eau de mer sont établis sur des emplacements isolés qui bénéficient d'excellents flux marins résultant dans la production d'un saumon de haute qualité. Les gérants de nos fermes et leurs employés s'engagent à vous offrir, vous le client, un produit dont ils peuvent être fiers.

Naturellement, afin de perfectionner la qualité de notre production, notre poisson n'est nourri qu'avec la meilleure alimentation disponible : l'alimentation certifiée Label Rouge.

Le surcoût représenté par un tel choix d'alimentation comparé à une alimentation conventionnelle en vaut néanmoins largement la peine, notre politique étant de ne fournir que du saumon de la plus haute qualité disponible sur le marché.

Le marché du Label Rouge est de première importance pour notre groupe, espérant par un effort soutenu, encourager une croissance supplémentaire.

Phoenix House
Strathclyde Business Park
Bellshill, Lanarkshire
ML4 3NJ Scotland UK

Tel : +44 (0) 01698 503610 - Fax : +44 (0) 01698 503611
www.seaproductsofscotland.com

Élevage : le fruit d'une longue maturation

Étalé sur une période de deux à trois ans, l'accompagnement du saumon atlantique, de sa naissance à l'âge adulte, est décisif dans l'élaboration d'un produit de qualité. Les éleveurs ont conscience qu'il faut fournir aux poissons un cadre de vie confortable et une alimentation adaptée. Par ailleurs, l'accompagnement du saumon tout au long de son cycle de vie doit s'effectuer en limitant au maximum les contacts avec le monde extérieur afin de limiter le stress de l'animal -s'il est contrarié, la qualité de sa chair se détériore. Ces précautions sont tout particulièrement suivies aux premiers stades de la croissance, notamment à l'écloserie en eau douce de Cairndow, dans les West Highlands.

Dirigée par Richard Polanski, cette écloserie appartient au groupe Lakeland, qui est le plus important producteur et fournisseur d'œufs et alevins de saumon atlantique en Grande-Bretagne. Le groupe Lakeland fait partie intégrante de la compagnie norvégienne Marine Farms engagée dans l'élevage industriel de saumon depuis 1976.

« Cairndow produit jusqu'à 30 millions d'œufs par an. Nous pouvons récolter jusqu'à 15 000 œufs par poisson, explique Richard Polanski. *Après la sélection des géniteurs et la fécondation des ovules, nous plaçons chaque couvée dans des bacs individuels d'incubation pendant l'hiver. À ce stade, les pertes s'élèvent de 10 à 15 % ».*

Lorsque les œufs ne sont pas directement vendus pour environ 0,6 centime d'euro pièce, parfois jusqu'au Chili, l'éclosion intervient généralement au bout de 60 jours dans une eau qui ne dépasse pas 8 °C. *« Au final, nous n'assurons la croissance que de 8 millions de frai dans nos bassins d'élevage*, reprend richard Polanski. *Lorsqu'ils dépassent 30 g, nous n'en gardons qu'un million que nous transférons dans des cuves plus grandes pour qu'ils atteignent le stade smolt. »* Une fois vaccinés, ces jeunes saumons, âgés de 8 mois, et ne pesant pas plus de 50 à 90 g sont transférés vers les sites d'élevage en mer.

Non loin de Cairndow, la station d'élevage Lakeland au large de Craobh Haven, permet d'assurer la dernière phase de croissance des saumons qui dure au minimum 14 mois selon la réglementation. *« Nous disposons de huit cages offrant un volume de 7 500 m3*, indique Iain Webster, le responsable du site. *Elles accueillent au départ jusqu'à 100 000 individus. Ensuite, nous nous efforçons de maintenir une densité de 15 à 20 kg par m^3. »*

D'après Greenpeace, un élevage de saumon typique de 200 000 poissons produit environ la même quantité de matière fécale qu'une ville de 62 000 habitants. Voilà pourquoi, les sites d'élevage sont abandonnés pendant au moins huit semaines avant d'être réoccupés. Ce temps de jachère peut varier selon la nature du site, l'état des courants marins et les conditions météorologiques, mais il demeure obligatoire car il permet au site de se revitaliser, permettant ainsi de limiter substantiellement les dégradations d'un point de vue environnemental.

www.lakelandsmolt.co.uk

Bertrand Tardiveau

« 30 millions d'œufs par an ! » À Cairndow, Richard Polanski dirige la première écloserie de saumon britannique appartenant au groupe norvégien Lakeland.

MARINE HARVEST GOÛTE À LA MODE ÉCOSSAISE

« Au-delà des investissements étrangers, l'essentiel reste que l'on continue à produire du saumon écossais selon des méthodes qui ont fait leurs preuves. » Steve Bracken, responsable du développement pour Marine Harvest, n'hésite pas à mettre en avant la spécificité écossaise pour expliquer la stratégie du groupe norvégien. ***« Les responsables de site possèdent une grosse expérience sur le terrain, et c'est cela qui compte, bien plus que la taille de notre société. »***

Leader mondial du saumon industriel, la compagnie norvégienne Marine Harvest s'est largement imposée en Écosse. La société produit 36 000 t de saumon, dont 95 % de qualité supérieure. À cela s'ajoutent 2 000 t de saumon frais Label Rouge et 2 500 t de saumon fumé Label Rouge. Outre des bureaux à Édimbourg et un centre de conditionnement à Fort-William, elle dispose de 5 écloseries, 4 sites en eaux douces et 25 fermes marines situées sur la côte ouest de l'Écosse, notamment autour des îles Hébrides, Lewis, et Skye, mais également aux abords du territoire principal.

« Répéter les méthodes d'une ferme à l'autre, c'est courir à l'échec » prévient Steve Bracken.

« Depuis plus trente ans que nous faisons de l'élevage de saumon, on peut difficilement en expliquer toutes les subtilités. Chaque site a ses spécificités. Répéter les méthodes d'élevage d'une ferme à l'autre, c'est courir à l'échec*, insiste Steve Bracken. *Toutes les fermes ne sont pas appropriées pour produire du saumon de haute qualité comme l'exige la garantie Label Rouge. »

MOULES AOC

DONNEZ DE LA VALEUR AJOUTÉE À VOTRE RAYON MARÉE !

La Moule de Bouchots de la Baie du Mont-Saint-Michel est le 1er produit de la mer à obtenir une AOC !

Ne ratez pas la marée et faites entrer dans votre rayon ce produit d'exception ! Taux de chair et saveur sont garantis : les consommateurs ne s'y trompent pas.

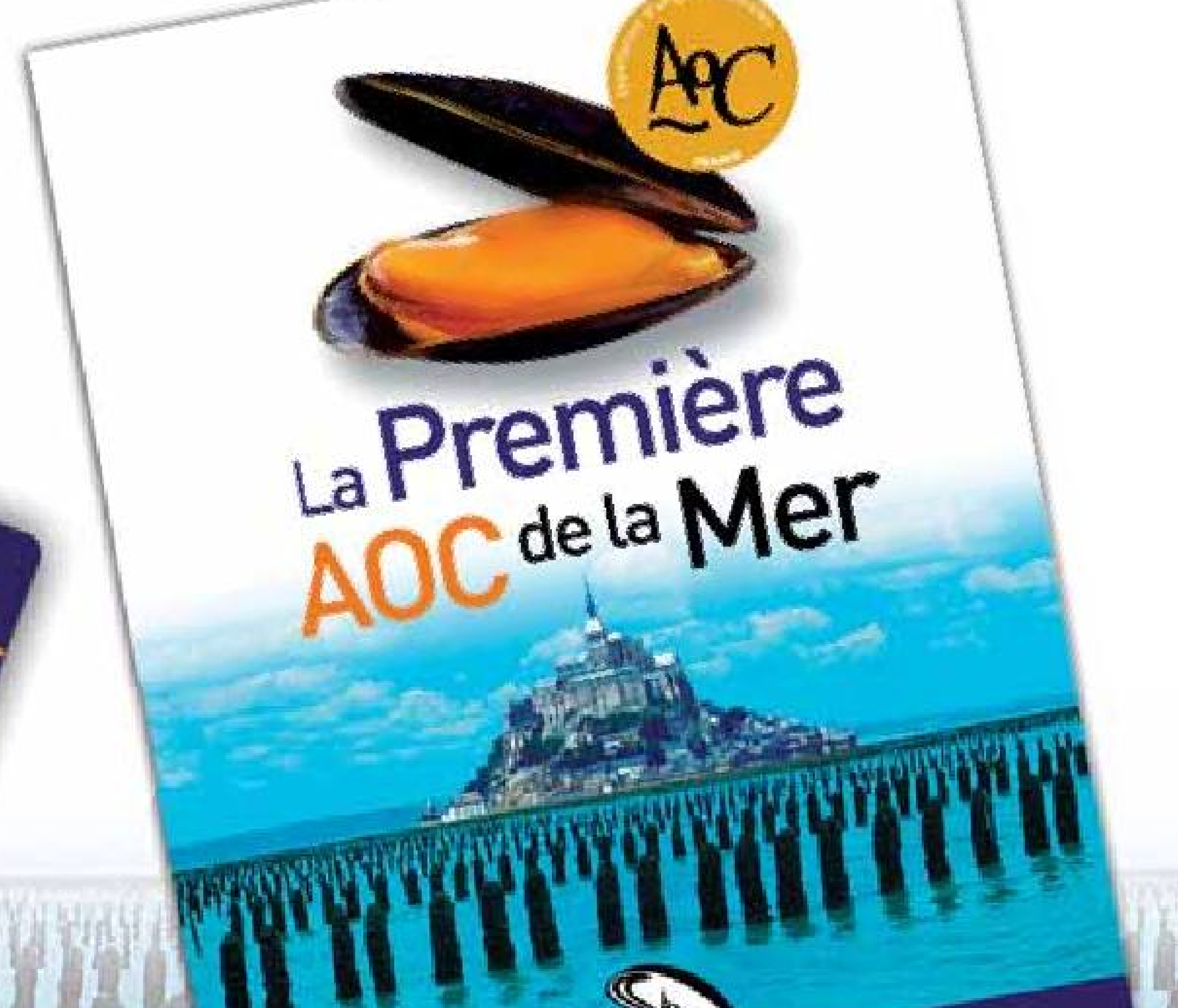
Ils reconnaissent tout de suite la moule de référence ayant obtenu le meilleur signe de qualité.

TRÈS BIENTÔT À LA TÉLÉ!

Une campagne de communication va mettre en valeur les qualités de la moule AOC et un kit complet de PLV va vous permettre de transformer l'essai en rayon.

Mais attention : la saison de la Moule AOC va de juillet à février. En dehors de cette période n'oubliez pas de retirer les PLV !

Cette année, ne ratez pas l'AOC !



octobre.com 090519

www.moules-aoc.com

Scottish Seafarms : le prix de la fraîcheur

Parti au petit matin vers une ferme au large d'Oban, l'imposant bateau de Hans Hesthol n'aura mis que quelques heures à récolter plus 7 000 saumons. D'imposants tuyaux souples assurent le pompage des poissons dans des cages d'attente, d'où ils seront une fois arrivés à quai, progressivement expulsés vers la station d'abattage. Une méthode qui minimise les effets néfastes liés au stress du poisson. Difficile d'imaginer, pour ce capitaine norvégien employé par la société Scottish Seafarms, qu'un tel travail aurait, il y a seulement une dizaine d'années, nécessité six hommes pendant toute une journée. Depuis 2001, la société Scottish Seafarms est détenue à parts égales par Salmar, une compagnie d'élevage industriel de saumon, basée sur l'île de Frøya en Norvège, et Leroy Seafood Group, basée à Bergen, première compagnie norvégienne d'exportation de nourriture marine en Norvège. Son centre de conditionnement situé près d'Oban est un modèle du genre.

Avant leur abattage, les saumons sont soumis à un jeûne rigoureux. *« Ne rien leur donner à manger pendant trois jours est indispensable car cette pratique permet de clarifier le contenu intestinal du poisson et provoque une augmentation du catabolisme des lipides »*, précise John Barrington, ingénieur qualité pour Scottish Seafarms. Ce jeûne permet également de réduire le métabolisme et l'activité enzymatique du muscle des saumons. Or un métabolisme lent avant abattage augmente le délai d'apparition de la *rigor mortis*. Il en résulte ainsi une chair de meilleure qualité. Obtenue le plus souvent par un coup sur la tête ou une décharge électrique, une anesthésie de l'animal est effectuée avant qu'il ne soit saigné. Pour se plier aux exigences de fraîcheur, le processus d'éviscération, de filetage et d'emballage doit se faire en un laps de temps particulièrement serré. *« Le saumon ne met pas plus de trois heures pour aller directement du bateau à la boîte*, se félicite John Barrington. *L'usine d'Oban traite jusqu'à 80 t de saumon par jour. »*

***« Le saumon ne met pas plus de trois heures pour aller directement du bateau à la boîte »*, se félicite John Barrington responsable qualité pour Scottish Seafarms.**

D.R.

Toutefois, il peut arriver que les efforts consentis pour une production ne soient pas récompensés. *« Les élevages en mer demeurent tributaires de nombreux facteurs parfois indépendants de notre volonté*, regrette Bruno Anger, responsable des ventes pour Scottish Seafarms. *La destruction d'une ferme à cause d'une tempête n'est pas chose rare, notamment en hiver, et elle peut occasionner des pertes considérables. »* A cela s'ajoutent les maladies qui peuvent affecter certains élevages, comme cela s'est produit récemment avec le virus AIS (Anémie infectieuse du saumon) dans trois d'entre eux aux îles Shetland. Il y a aussi les prédateurs, les phoques principalement, dont les dégâts sur les installations en mer peuvent nécessiter des interventions ponctuelles, si les moyens de dissuasion sonores placés à côté des fermes ne suffisent pas.

www.scottishseafarms.com

LE SAUMON LOCH DUART RÉCOLTE LES MÉDAILLES

La société Loch Duart cultive une réputation de petit producteur indépendant avant tout attaché à la qualité de son poisson. Loch Duart reste d'abord un site d'élevage exceptionnel situé dans le Nord-ouest de l'Écosse, à quelques miles du cap Wrath. Etablie en 1975 par Nick Joy, Alan Balfour et Andy Bing, la société n'obtient son nom qu'en 1999, un nom synonyme aujourd'hui de ce qui se fait de meilleur dans la salmoniculture. *« Les procédés que nous utilisons ont un degré d'exigence équivalent à celui du Label Rouge. Certains d'entre eux vont même au-delà de ce qui est normalement requis,* assure Andy Bing, directeur des ventes pour Loch Duart. *Nos cages ne sont pas traitées avec de l'anti-fouling, l'espace de vie est de 98,5 % d'eau pour 1,5 % de poisson, le temps de rotation des jachères est de 12 mois, l'alimentation n'emploie pas d'organismes génétiquement modifiés et provient de sources renouvelables… »* Autant de pratiques qui ont valu à Loch Duart plusieurs certificats (Freedom Food, ISO 14001) et une certaine reconnaissance auprès de grands restaurants comme ceux du chef Gordon Ramsay, trois étoiles au guide Michelin britannique. La recette marche si bien que la production de saumons a doublé depuis 2004, atteignant 3 600 t l'an passé, près du quart de celle-ci étant réservé au marché du Label Rouge. De fait, l'entreprise a étendu ses sites de production à la baie Edrachilles, à Loch Eribol et aux îles Hébrides. *« Notre expansion se limite à des petits sites,* insiste Andy Bing. *Notre objectif n'est pas la croissance débridée, mais le développement durable. »*

www.lochduart.com

« Notre objectif, le développement durable ! » Andy Bing, directeur des ventes et fondateur associé de Loch Duart, affiche des ambitions très haut de gamme.

magazine Buon Gusto Manor AG- DR

Jacques Le Meur

Imprévisibles céphalopodes

Dans le bilan des pêches mondiales, les céphalopodes représentent un poste déterminant : 4,25 millions de tonnes ont été échangées en 2006 pour une valeur de 7,23 milliards de dollars. Compte tenu de la biologie de ces espèces, le niveau de production peut varier fortement. En 2002, par exemple, il était descendu à 3,2 millions de tonnes. Hormis 330 000 t de poulpes et 400 000 t de seiches, le total est constitué uniquement d'encornets, le calmar géant représentant à lui seul 850 000 t.

Au niveau mondial, la Chine, avec 850 000 t de céphalopodes pêchés, tient le haut de classement des producteurs. Viennent ensuite le Pérou avec 436 000 t et le Japon et ses 323 000 t. Le Chili et l'Argentine arrivent quatrième ex aequo grâce à une production de 260 000 t chacun. Soit près de dix fois celles des Espagnols (27 000 t), des Français (25 000 t) ou des Italiens (24 000 t).

Pourtant, une grande partie de l'offre mondiale transite sur le Vieux Continent. L'Espagne, dont les habitants sont friands de calmars et autres seiches est la plaque tournante du marché. Ce coin de la péninsule ibérique est aussi un haut lieu de transformation des céphalopodes avant qu'ils ne soient réexportés vers les pays voisins.

Dans les eaux françaises, la seiche abonde. Cette espèce pèse 65 % de la production française. Pourtant, dans l'Hexagone, sur les 26 800 t consommées de céphalopodes, 61 % sont des calmars. L'ajustement s'effectue par des échanges avec l'Espagne.

L'impact de la crise financière sur les niveaux de consommation en Espagne et en Italie, débouchés phares de la France, inquiète. Les acheteurs se couvrent en hiver pour la saison d'été. Mais le comportement du marché entre mai et septembre 2009 sera déterminant pour savoir si cette crise est plus que conjoncturelle. Dans les ports français où les céphalopodes offrent un appoint saisonnier libre de tout quotas, la question est cruciale.

Dossier : Jacques LE MEUR

Cephalopods – difficult to forecast catches

In the overall listing of catches world wide the whole range of cephalopods – squid, cuttlefish & octopus – form a major part with 4.25 million tonnes caught in 2006, valued at $ 7.23 billion. The biology and life style of these species means that the level of catches can vary widely, one way or the other, dropping for example to only 3.2 million tonnes in 2002. Apart from 330,000 tonnes of octopus and 400,000 tonnes of cuttlefish the total is all squid, the giant squid alone constituting 850,000 tonnes.

China is the leading producer (850,000 t.) followed by Peru (436,000 t.), Japan (323,000 t.), Chile (260,000 t.) and Argentina (260,000 t.) European catches are more modest, 27,000 tonnes from Spain, 25,000 t. from France and 24,000 t. from Italy. Here in Europe it is Spain, the largest consumer, which is also the nerve centre of the trade, concentrating a large part of the world wide catch and distributing it, once processed, to neighbouring countries.

French catches are made up of 65% cuttlefish, whereas 61% of the national market demand (26,800 t.) is for squid. This market imbalance is corrected by trade with Spain.

Ils n'en font qu'à leur tête

La production française repose sur deux pêcheries principales. La Manche, la mer Celtique et la partie nord du golfe de Gascogne pour la seiche et l'encornet. La Méditerranée pour le poulpe.

Jacques Le Meur

Fluctuante ! Voilà l'adjectif qui qualifie au mieux la pêche française aux céphalopodes. Pas une année ne se ressemble. En 2007, 24 934 tonnes de seiches et d'encornets ont été remontées. Un millésime de bonne facture puisqu'en hausse de 11 % par rapport à 2006, mais loin des 26 700 tonnes livrées en criée en 2004. Cependant, les pêcheurs risquent de devenir nostalgiques de l'année 2007, car les premières données 2008 livrées par l'Ofimer indiquent une chute de 15 % des débarquements de calmars, de 30 % pour les seiches ainsi qu'un recul non négligeable pour la capture de poulpes méditerranéens. Grosso modo, bon an mal an, la production nationale oscille entre 20 000 et 30 000 tonnes. Avec la crise de la pêche, les sorties de flottes de plus en plus nombreuses, beaucoup pensent cependant que l'amplitude des variations se réduira, autour de l'estimation la plus faible.

Débouchés garantis

Face au côté aléatoire des volumes débarqués en criée, le prix d'échange importe plus encore. Mais dans ce domaine, aucun lien de corrélation n'existe pour rassurer pêcheurs et mareyeurs. Ainsi en 2008, les prix du calmar baissaient de 4 % quand la production reculait de 15 %, tandis que ceux de la seiche grimpaient de 7 % face à des captures en chute de 30 %. En 2007, les 21 514 tonnes passées par les criées se sont vendues à un prix moyen de 3,25 euros le kilo, soit un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros. Le calmar, espèce la plus prisée des Français, s'est échangé à l'époque à 6,70 euros le kg contre 2,79 euros pour le poulpe et 2,06 euros pour la seiche. Il faut tout de même ajouter que les captures françaises sont plus abondantes en seiches qu'en calmars ou poulpes. Les pêcheurs hexagonaux ont pris 16 267 tonnes de seiches contre 5 680 de calmars et 1 520 de poulpes. Enfin, les prix de retrait varient selon les organisations de producteurs. Par exemple, les Bretons de l'UBOP garantissent la seiche de 0,76 à 1,21 euro et les encornets de 1,35 à 3,10 euros selon les tailles. Mais l'organisation de producteurs déclare que ce dispositif n'est pas souvent déclenché, la totalité des débarquements étant généralement vendue.

La répartition des débarquements de 2007 témoigne de la géographie des pêcheries : 3 200 tonnes pour le Nord Pas-de-Calais et la Picardie, 4 800 tonnes pour les deux Normandie, 6 700 tonnes pour la Bretagne, 3 200 pour les Pays de la Loire, 2 300 pour la Charente-Maritime, 1 200 pour l'Aquitaine et 1 700 pour la Méditerranée.

La Bretagne est en tête. C'est elle, qui achalande le plus les ports français.

UNE RESSOURCE « LIBRE » OU L'EXCEPTION HALIEUTIQUE

Les céphalopodes constituent une exception dans un monde halieutique européen totalement administré. Les producteurs doivent remplir des fiches de pêche, mais sont exemptés de quotas et de licences.

« *Il n'existe pas d'avis scientifique sur ces espèces et donc pas de suivi sur l'état des stocks*, explique Éric Foucher à la station Ifremer de Port-en-Bessin. *Le Conseil international pour l'exploration de la mer (CIEM) n'a formé un groupe spécifique sur les céphalopodes que très récemment*». Et le responsable d'expliquer le désintérêt de l'Ifremer pour ces espèces par « *leur cycle de vie est très court, un an pour les calmars et deux ans pour les seiches, avec une croissance très rapide. Or nous savons qu'il n'existe pas d'interaction entre le stock d'adultes et la quantité de juvéniles. Aujourd'hui, les stocks semblent en bon état, sans que des mesures spéciales soient prises. Ils fluctuent d'une année sur l'autre, d'une zone à l'autre*».

L'absence de péril explique aussi cette dédramatisation, à contre-courant de l'esprit général. Les pêcheurs savent que tout céphalopode meurt après sa reproduction. L'idéal est donc de le capturer entre sa ponte et sa fin de vie. Sinon, ce prédateur de poissons ou de crustacés ira nourrir d'autres prédateurs.

Reste qu'un programme d'étude actuellement lancé par la France et la Grande-Bretagne pour « *mieux connaître les phases de reproduction et d'entrée dans la pêcherie, en liaison avec les données de l'environnement* ».

EAST CHINA SEAS
Pure Octopus
Pure cuttlefish
Pure Squid
BRC
www.eastchinaseas.com
Tel.: +86 10 6409 6818 zongbei@eastchinaseas.com
YOUR SUPPLIER IN CHINA & VIETNAM

« JE PRÉFÈRE LA CAISSE ISOBOX
POUR SA SOLIDITÉ ! »
100% recyclable
40 ans de respect
de la chaîne du froid
Isobox
A SYNBRA GROUP COMPANY

Des **calamars** sinon rien !

En matière de céphalopodes, les Français ont fait leur choix : ils préfèrent les encornets. Dommage pour la pêche française qui capture plus de seiches.

La structure de la production nationale et celle de la consommation diffèrent sensiblement. La première est dominée aux deux tiers par la seiche et la seconde par le calamar autrement baptisé encornet. « *Le consommateur français préfère l'encornet, moins épais et plus facile à cuire qu'une seiche* », explique Richard Brouzes, directeur de l'organisation de producteurs Copeport. «*À la production nous congelons donc très peu d'encornets dans la mesure où ils sont demandés par les poissonniers et la grande distribution en frais et entier. La seiche, même si son blanc se vend un peu en France, est davantage un produit d'export*». L'engouement national pour le calamar explique son niveau de prix élevé.

Les habitants du pourtour méditerranéen affectionnent tout particulièrement la chair élastique de l'encornet. Pour consommer des céphalopodes pas besoin d'être Rotschild, même si les classes populaires en dégustent moins que la moyenne nationale. Une relative démocratisation, liée à l'essor du surgelé. Un rayon qui attire les ménages modestes, les ruraux et les jeunes familles, quand les ménages aisés, urbains et plus âgés s'orientent vers les étals frais des poissonneries. Les céphalopodes frais intéressent surtout des ménages aisés, urbains et d'un âge avancé. Statistiquement, selon le TNS World Panel utilisé par l'Ofimer, pour cuisiner chez eux, les Français achètent à 60 % au rayon frais et à 40 % en surgelés.

Pour élargir la clientèle du rayon frais, les distributeurs commencent à s'intéresser aux anneaux et lamelles, moins chers que les calamars entiers.

La consommation des ménages varie en fonction des prix, des promotions… Il y a fort à penser que peu se sont laissés séduire par les premières offres d'avril 2009 des grandes surfaces à 12,90 euros le kg de blancs de seiche. Car un client moyen n'achète que 2,1 fois l'an des céphalopodes au rayon frais. Son budget moyen est de 13,70 euros pour 1,7 kg de produits.

Au rayon surgelés, les céphalopodes sont moins prisés : le client moyen en achète moins de deux fois l'an (1,7), avec un budget de 9,10 euros pour 1,4 kg. Mais quel que soit le linéaire choisi, les deux tiers des achats se portent sur le calamar. Pour faire consommer de la seiche et du poulpe, il faudra miser sur un autre segment : les mélanges de crustacés et de céphalopodes frais ou surgelés qui ont progressé de 35 % entre 2003 et 2007, avec un prix moyen de 20 euros le kilo.

COMMERCE EXTÉRIEUR : ÉCHANGE SEICHES CONTRE ENCORNETS...

La filière française présente la particularité d'être autosuffisante en céphalopodes. Du moins, sur le papier. Car en réalité, les échanges avec l'extérieur sont nombreux.

Le bilan d'approvisionnement, c'est-à-dire la production nationale plus le solde du commerce extérieur, représente la consommation du pays. De 22 990 tonnes en 1993, elle est passée à 26 800 en 2007, après avoir connu un pic en 2000 avec 31 600 tonnes consommées. Aujourd'hui la consommation française est très légèrement supérieure à la production nationale.

Pourtant, la France exporte l'essentiel de sa production. Soit 21 000 tonnes en 2007, dont 15 950 tonnes de seiches, 1 100 tonnes de poulpes et 3 950 tonnes de calamars. Les pays destinataires sont principalement l'Espagne et l'Italie qui en absorbent chacune près de 9 000 tonnes, majoritairement des seiches. Mais pour satisfaire les consommateurs, l'Hexagone importe 23 417 tonnes de céphalopodes dont 14 713 de calmars. Le principal fournisseur de la France est l'Espagne avec 10 600 tonnes. Le reste provient de tous les continents, Asie et Afrique en tête. En fait tout se passe comme si la France et l'Espagne procédaient à des échanges croisés : calamars contre encornets. En prix moyen, le calmar vaut 6,60 euros à l'exportation et 2,07 à l'importation, la seiche, 3,18 euros à l'exportation et 2,43 à l'importation. Des termes d'échanges ou de négociations favorables aux producteurs français.

Les seiches françaises se dégustent en Espagne.

The most welcome seafood magazine in Viet Nam, distributed to all Vasep's members and other administrative bodies and widely accessed and read by fishers, farmers, processors, packers, exporters, researchers, and managers ...
Introduce yourself in Thương mại Thuỷ sản *is the best way to access to the Viet Nam Fisheries and Aquaculture Industry.*

For more information please contact:
The Fisheries Trade Magazine of Viet Nam - 10 Nguyen Cong Hoan Str., Ha Noi, Viet Nam
Tel: +84 4 37 71 61 75 – FAX: +84 4 37 71 50 84
E-mail: thuongmaithuysan@vasep.com.vn; duongtt@vasep.com.vn; diemhuong@vasep.com.vn
http: www.vasep.com.vn

THƯƠNG MẠI
THỦY SẢN

Monthly Fisheries Trade Magazine in Vietnamese published by Viet Nam Association of Seafood Exporters & Producers

Dopez vos poissons aux viscères de seiches

Transformés en poudre, les viscères de seiche améliorent la santé et la croissance de plusieurs espèces aquacoles.

Dans le cadre d'un doctorat en biotechnologies marines suivi à l'université de Caen, Estelle Le Bihan a cherché comment valoriser les co-produits de céphalopodes, espèces abondamment débarquées en Normandie. Soutenue en 2006 sous la direction de Noussithé Koueta, sa thèse offre des perspectives à l'aquaculture.

L'ensemble des viscères est travaillé suivant les techniques d'ensilage. Le produit de cette fermentation est séché et transformé en poudre. Il est prêt à l'emploi et peut être intégré à l'alimentation aquacole dans une proportion toujours inférieure à 10 %. Il est administré comme complément pendant seulement quelques semaines. *« Pour le stade de la larve, il existe des aliments adaptés »*, explique Estelle Le Bihan. *« Nous venons juste après, sur une phase également très sensible, le début de la croissance »*.

Outre la pousse, l'ensilage est un régulateur de la digestion et un immuno-régulateur. Il améliore le taux de survie et réduit celui des malformations, même après arrêt de l'enrichissement.

« Il n'agit pas de la même façon sur toutes les espèces. Nous savons que plusieurs molécules interviennent et nous nous rendons compte des résultats, sans avoir pour l'instant caractérisé une molécule précise » constate Estelle Le Bihan.

Les effets ont été mesurés sur plusieurs espèces. *« Avec 5 % d'extrait, le bar juvénile gagne 60 % de croissance en trois mois. Au stade de la post-larve, la crevette japonaise obtient avec 2 %, un gain de pousse de 80 %. Pour l'ormeau, c'est plus compliqué. L'effet est réel mais cet animal est à croissance lente. Avec la seiche, le gain est de 20 à 30 % »*.

Testé en aquaculture

Le travail d'Estelle Le Bihan a fait l'objet du dépôt d'un brevet qui est détenu à 30 % par elle-même et à 70 % par l'université de Caen. Elle a aussi créé la société Ivamer qui dispose d'un agrément CIR (Crédit d'impôt de recherche) en tant qu'organisme fournissant des services de recherche et développement à l'industrie. *« Nous n'allons pas être producteurs nous-mêmes et nous voulons favoriser le transfert de notre procédé dans l'industrie. »*

Si la fabrication d'ensilage est simple et peu coûteuse, tout développement concret suppose une organisation industrielle et logistique pour rassembler la matière première et la transformer.

Le Sud cuisine à l'encre

L'encre de seiche se consomme depuis l'Antiquité. Produite par une glande qui secrète de la mélanine, elle est associée à du mucus. Elle sert à camoufler la fuite et contient des enzymes qui inhibent l'olfaction de l'agresseur. Cette substance sert en particulier à la préparation de l'encre de Chine, moyennant l'ajout d'autres composants.

Véritable aide culinaire dans les pays du Sud, l'encre de la seiche est plus sombre que celle du calmar. L'Espagne et le Portugal ont des traditions consistant à cuire les calmars avec leur encre. Celle-ci apporte une note de crustacé qui donne un goût assez marqué, tout en apportant une couleur agréable à certaines recettes.

Plusieurs entreprises italiennes ou espagnoles extraient l'encre et la conditionnent de façon concentrée. Importé en France, le produit est distribué par les épiceries fines, certains poissonniers et certaines grandes surfaces. Les prix publics sont très variables. La marque italienne Riunione propose des sachets de 8 g à 3,60 euros (soit 450 €/kilo), des bocaux de 500 g à 35 euros (70 €/kilo) et même des bidons de 6 kg, le tout avec une DLC de 18 mois. L'Espagne propose aussi des sachets de 8 g, mais à 1,50 euro. L'offre de Riunione comprend des pennes (pâtes) à 1 % d'encre.

En France, Algues de Bretagne produit des pâtes aux algues, avec certaines références au noir de seiche.

À Paris, la Sicilienne Simona Restivo d'Apogei distribue des produits de son île dont une sauce aux tomates et à l'huile d'olive, qui contient 15 % de noir. Elle-même a mis au point une recette de couscous au poisson et à l'encre qui bénéficie d'une certaine notoriété.

L'encre est un produit très concentré, faiblement lipidique. Ici, des dosettes (4 g) faciles à utiliser : 1 g suffit à cuisiner 100 g.

Bruno Vaudou

DR

Société basée à Urk aux Pays-bas,
Sea Fresh commercialise dans toute l'Europe une gamme de poissons et produits élaborés de poisson.

Nous achetons le poisson frais sous criée et directement dans plusieurs pays du monde. **Sea Fresh** possède sa propre usine pour le thon au Sri Lanka d'où elle importe le thon frais ou en longes qu'elle vend aux supermarchés en Hollande, Allemagne, France etc.

Sea Fresh travaille avec les normes HACCP, MSC et ISF et ses standards de qualité sont élevés. Seuls les meilleurs produits sortent de notre entreprise.

Cette année nous lançons une nouvelle gamme de produits pour le détail sous la marque **Sea Fresh** et souhaitons développer notre entreprise et ses marchés.

De nouveaux produits sous atmosphère modifiée seront proposés à notre clientèle. Un challenge passionnant pour quelqu'un qui veut travailler aux Pays-Bas.

Bien sûr cette personne devra avoir une expérience dans le domaine du poisson frais et du marché des produits de la mer en général.

Pour notre nouvelle division nous recrutons un

RESPONSABLE COMMERCIAL
Produits de la mer

Nous recherchons:

- Une personne avec un moral de gagnant et le sens du commerce.
- Agée entre 20 et 40 ans.
- Une connaissance du poisson et de ce marché est nécessaire.
- Une maîtrise à l'écrit et à l'oral du français, de l'anglais et de l'allemand est indispensable.
- Le poste est basé à Urk aux Pays Bas.

Nous offrons:

- Un travail passionnant et de bons produits.
- Une bonne ambiance au sein d'une petite équipe.
- Un bon salaire.

Si vous voulez plus d'informations sur ce poste, n'hésitez pas et contactez **Jan Ras** Directeur Commercial.

Email janras@seafresh.nl

Nous attendons votre contact

LE SURGELÉ VIENT DE LOIN

La surgélation s'impose dès que l'on quitte les marchés de consommation immédiate. Compte tenu de la proximité des débouchés, le frais domine les exportations françaises de céphalopodes (21 000 t). Inversement, le surgelé représente l'essentiel des importations de calmar (12 150 t) et de poulpes (2 500 t).

Parmi les principaux fournisseurs, figurent surtout l'Espagne et les pays d'Amérique du Sud, d'Afrique et d'Extrême-Orient. L'Inde détient la seconde place après l'Espagne. Le marché français absorbe une grande variété de produits : anneaux, lamelles, blancs, tubes, têtes, tentacules, grandes et petites seiches. En gros, le tube et l'anneau peuvent valoir de 2 à 4 €/kg, le poulpe de 2 à 6 € selon la taille et l'origine, la grosse seiche, de 3,50 à 4,50 €. Le blanc de calmar géant du Pérou vaut 2,70 €. Au détail, le tube et l'anneau se trouvent entre 10 et 12 €.

Pêcheries d'Armorique, **roi** de la seiche

Filiale de Fipêche, elle-même société du groupe Le Graët, le mareyeur Pêcheries d'Armorique est l'un des principaux intervenants dans les ports français. Sur les seuls céphalopodes, son volume moyen d'activité est de 2 500 t de seiche et 250 t d'encornet. *« Avec de telles quantités, nous sommes souvent en situation de faire le cours »*, explique Xavier Menguy, directeur des pêcheries. *« Nous avons suffisamment de sources pour réduire notre dépendance aux effets saisonniers. Les volumes vendus par notre groupe vont encore croître après la reprise du mareyeur Marée de Saint-Malo ».*

Au siège d'Erquy, la congélation s'effectue par passage dans trois tunnels, statiques à froid pulsé ou à tapis. *« Les seiches sont congelées dans des moules, brutes mais calibrées à la machine. Les blocs sont démoulés et conditionnés en cartons, à destination des transformateurs. Pour les encornets, nous opérons également en blocs ».* La DLC est de 24 mois, mais les stocks tournent très vite.

« Pour la seiche, notre frein, ce sont nos tunnels qui sont limités à 110 t par semaine. Pourtant nous sommes les seuls en France à avoir intégré l'ensemble du process, depuis le tri jusqu'au stockage. Nous pouvons ainsi maîtriser tous les paramètres de la qualité ».

La commercialisation s'effectue en frais pour le marché français. *« Le blanc de seiche se vend bien en Bretagne, à Paris et dans le sud de la France. Nous servons aussi en frais l'Espagne et l'Italie ».* L'essentiel de la production surgelée est expédié aux pays méditerranéens.

L'entreprise cherche à mieux valoriser sa matière première. *« Notre objectif est d'expédier moins de seiche entière et de créer de la valeur ajoutée sur place »*, souhaite Bertrand Desplat, directeur de Fipêche. *« Les nouveaux modes de préparation peuvent percer, comme le blanc mariné qui prend petit à petit ».* La société pense aussi au développement des lanières et développe des contacts avec les industriels des plats cuisinés.

Lionel Flageul

La France importe des céphalopodes surgelés préparés mais elle exporte surtout de la seiche fraîche peu élaborée.

MAG FRANCE SÉLECTIONNE À LA SOURCE

Avec 2 000 t par an, Mag France est l'un des principaux acteurs du marché du surgelé. *« Nos fournisseurs se trouvent en Asie, Inde, Chine, Vietnam, Indonésie, en Afrique, Tanzanie et Madagascar, ainsi qu'en Amérique du Sud »*, explique Christophe Jauffret, un des responsables de ce département. *« Nous nous déplaçons régulièrement sur les lieux de production pour sélectionner les usines et mettre en place des cahiers des charges répondant aux besoins de nos marchés. Nos produits sont nettoyés, parés et découpé dans les pays d'origine et nous les recevons emballés en sachets et prêts à la vente au détail ».*

L'encornet Illex des Malouines est en général travaillé en Espagne, il est présenté en tubes et en anneaux tandis que les seiches, nettoyées et pelées, proviennent d'Afrique ou d'Asie. Les poulpes sont également lavés et éviscérés.

« Nous distribuons aussi le calmar géant du Pérou* Dosidicus gigas *qui se situe moins cher que l'encornet classique, en premier prix. On découpe dans le manteau des anneaux ainsi que des lamelles minces qui sont vendues nature ou panées ».

La distribution de Mag s'effectue soit en marque propre (Mag Frozen Seafood), soit en marque de distributeur. *« Nos clients sont les distributeurs de la RHF, les freezing centers, les home-services et la grande distribution ».*

Crevette tigrée

Penaeus monodon

Dominique Guillot

Autres appellations en Europe :

RU : Black Tiger
ES : Langostino tigre gigante
IT : Mazzancolla gigante
DE : Bärengarnele, Schiffskielgarnele
DK : En arte reje
PT : Camarão-tigre gigante
IS : Suört (risa) rækeja
JP : Ushi-ebi

Sur le marché

Présentation

Surgelée (IQF ou bloc) ou réfrigérée : entière, crue ou cuite, crue semi-décortiquée avec tête, queue (semi) décortiquée, queue « papillon », queue panée, brochettes de queue.

Calibres courants

Entière crue origine Madagascar :

15 pièces/800 g
20 pièces/800 g
25 pièces/800 g

Entière crue origine Inde :

10-20 pièces/kg
20-30 pièces/kg
30-40 pièces/kg

Valeurs nutritives pour 100 g

Calories :	95 kcal
Protéines :	20 g
Graisses :	1 g
Cholestérol :	90 mg

Signe de qualité

Label rouge, origine Madagascar

Aquaculture biologique (AB), origine Madagascar

Présentation générale

La crevette tropicale Black Tiger ou encore appelée crevette tigrée à Madagascar est de grande taille. Elle possède une couleur sombre et des rayures noires sur sa carapace d'où son nom « tigrée ». Ses yeux sont marrons.

Critères de qualité

La *Penaeus monodon* doit présenter une chair bien blanche avec une texture ferme et croquante. Sa saveur est typée et parfumée. Crue, sa couleur possède des reflets bleu émeraude et rose orangée légèrement « tigrée » lorsqu'elle est cuite.

D.R.

A noter

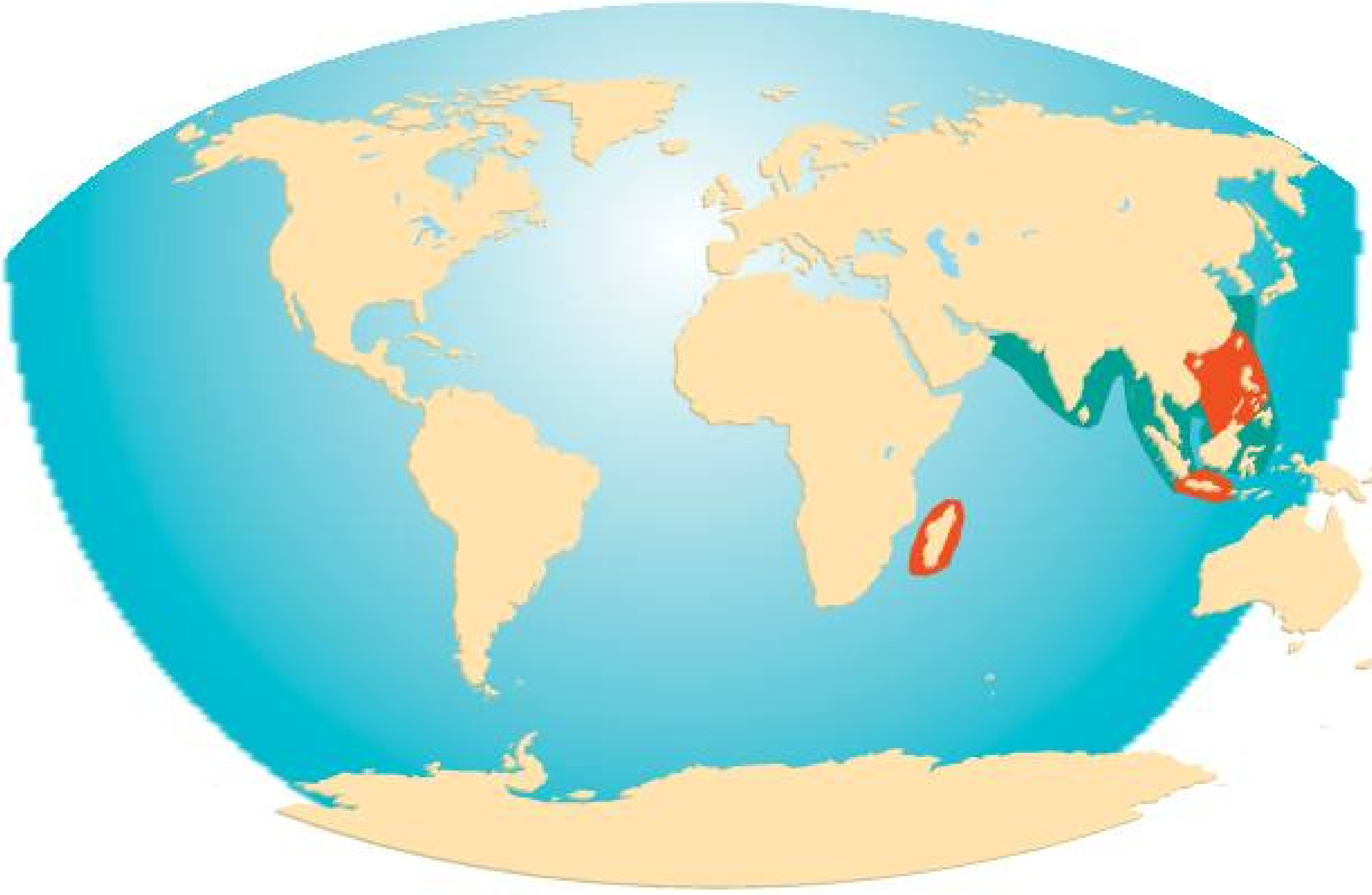
L'appellation Black Tiger fait référence à la crevette géante tigrée surgelée, commercialisée crue le plus souvent sous le nom de gambas. Cette crevette provient principalement d'élevages intensifs ou semi-intensifs. L'échelle des densités au m^3 varie de 1 à 40 selon les systèmes de production. Le risque de résidus antibiotiques augmentant dans les élevages très intensifs, en particulier en Asie où se concentrent 60 % de la production mondiale de crevette d'élevage. Madagascar se distingue par des élevages moins intensifs.

Crevette tigrée

Penaeus monodon

Principaux producteurs :

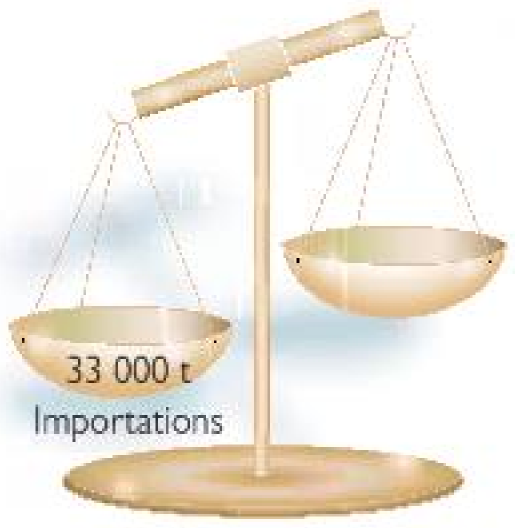
- Indonésie, Vietnam, Malaisie, Thaïlande, Chine, Inde et Madagascar.



Disponibilité

	Janv	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
Frais												
Congelé												

Apport abondant **Apport normal** **Peu d'apport** **Pas d'apport**



Solde commercial:
- 221 360 k€

Source : estimation 2007 à partir de données Ofimer.

Black Tiger

Dark coloured, stripy tropical shrimp, the Penaeus monodon *is a large prawn -reaches 30 cm in body length- with brown eyes. This prawn comes mainly from farms. Primarly nocturnal, and often buried in the substrate during the day, the Black Tiger prefers sand or mud bottom.*
The Black Tiger is imported from Indonesia, Thaïlande, Madagascar.

À la source

Techniques de pêche

La *Penaeus monodon* est pêchée à la senne ou au chalut à l'état sauvage.

Techniques d'élevage

La grande majorité provient d'élevages intensifs ou semi-intensifs situés dans des zones de mangroves.

Taille courante

11 à 20 cm

Mode de vie

Sauvage, la *Penaeus monodon* vit dans des habitats marins peu profonds proches de la côte. Elle préfère les sols sableux ou légèrement vaseux avec une forte salinité. Principalement nocturne, elle est souvent enterrée dans le substrat pendant le jour.

Transformation

Décortiquée, crue ou cuite, la *Penaeus monodon* est proposée parfois cuisinée ou marinée.

Saint-pierre

Zeus faber

Autres appellations en Europe :

RU : Atlantic john dory, dory
ES : Pez de San Pedro
IT : Pesce San Pietro
D : Petersfisch, Heringskönig
NL : Zonnevis
DK : Sankt peterfisk
PT : Galo-negro
NO : Sant peterfisk
IS : Pétursfiskur
GR : Christópsaro
FI : Pietarinkala
SU : Sankt persfisk

Sur le marché

Présentation

Frais entier

Filet frais sans peau

Calibres courants

Entier vidé (sous criées)

1 : 2 kg et +

2 : 1 à 2 kg exclu

3 : 500 g à 1 kg exclu

4 : 300 à 500 g exclus

Filet sans peau (IQF)

60 - 115 g

115 - 175 g

Rendements

- 80 % éviscéré
- 62 % étêté-éviscéré
- 35 à 40 % de filet (par rapport au poisson éviscéré)

Valeurs nutritives pour 100 g

Calories : 82 kcal

Protéines : 11 g

Graisses : 4,1 g

Cholestérol : 31 mg

Sodium : 113 mg

Présentation générale

Le saint-pierre possède un corps haut et comprimé latéralement. Il se distingue par une grande bouche, très lippue. De couleur gris verdâtre, il arbore sur ses flancs une tache circulaire sombre. Le saint-pierre se caractérise par ses nageoires pelviennes qui possèdent une épine et 6 à 8 rayons mous. Des scutelles épineuses se retrouvent aussi à la base des nageoires dorsales et anales.

Critères de qualité

Frais, le saint-pierre doit présenter une peau brillante, lustrée, avec des lignes dorées bien visibles sur l'ensemble du corps. Ses yeux bien sortis de la tête ne doivent pas être opaques, sa chair ferme et sans odeur. Les filets sans taches et sans suintements sont gages de qualité.
Cette espèce noble, au même titre que le turbot ou la lotte, est une des favorites de la restauration haut de gamme.

A noter

Plusieurs espèces de Doré austral provenant d'Asie, de Nouvelle-Zélande ou d'Australie, sont vendues en filet surgelé à la restauration commerciale, parfois sous la fausse appellation de saint-pierre.
Parce que la taille de maturité sexuelle avoisine 37 cm (600 g) chez les femelles, évitez d'acheter du saint-pierre de calibre inférieur.

Saint-pierre

Zeus faber

Principaux producteurs :

- France (40 % de la production européenne)

Zone de pêche

Disponibilité

	Janv	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
Frais												
Congelé	Peu d'apport	Peu d'apport	Apport normal	Apport abondant	Apport abondant	Apport abondant	Apport normal	Apport normal	Apport normal	Apport normal	Apport normal	Peu d'apport

Apport abondant — Apport normal — Peu d'apport

HALLE à MARÉE

	2007	Évolution 2006
Quantité (t)	1 345	- 3 %
Valeur (k€)	14 234	0%
Prix moyen (€/kg)	10,58	+ 3 %

Ventes sous criées en France
Source Ofimer. 2007 et (évolution/2006).

John Dory

A single prominent spot on the flank, along with a long filamentous dorsal fin, differentiates John Dory (Zeus faber) from other dories, such as King Dory. His colour is greenish to silver, he has got a large head, jaw upright and a body almost oval. Esteemed internationally as a food-fish, the John dory who lives in depths of 20-150 m is taken by trawlers and anglers in the eastern Atlantic, Mediterranean sea and the Western Indian Oceans.

À la source

Techniques de pêche

Le saint-pierre est essentiellement capturé au chalut de fond, en association avec d'autres espèces.

Taille courante

Taille commune : 20 - 40 cm

Taille maximale : 70 cm (jusqu'à 8 kg)

Mode de vie

Le saint-pierre vit solitaire ou en petits groupes sur les fonds sableux du plateau continental de la Norvège à la Méditerranée. C'est un poisson qui chasse à l'affût et se nourrit de petits poissons, de seiches et de crustacés. Il se déplace plutôt lentement en ondulant ses grandes nageoires dorsales et anales. En hiver, il pénètre en mer du Nord à la recherche de nourriture et il fraye généralement de juin à août dans le golfe de Gascogne, en mer celtique, mer d'Irlande et Méditerranée.

Lionel Flageul

La Provence défend ses atouts

Région vivante par son tourisme, la Provence est aussi un berceau pour les activités de négoce de produits de la mer, de cuisson de crevettes ou de fabrications de produits régionaux.

Poissons, coquillages et crustacés participent à l'image valorisante de la douceur provençale. Les 35 millions de vacanciers qui visitent chaque année la côte d'Azur et son arrière-pays, sont à l'origine d'une consommation saisonnière importante de fruits de mer. L'importance d'une population de retraités aisés favorise également la demande de langoustes et de poissons nobles.

Les importateurs de produits surgelés se regroupent autour de trois grandes villes : Marseille, Nice et Toulon. Ces entreprises continuent d'y prospérer, malgré le contexte difficile, en prenant des parts de marché conséquentes à l'international. Côté distribution, de nouveaux concepts, comme les grandes et moyennes surfaces spécialisées autour des surgelés de la mer ou les marchés ethniques, semblent résister à la frilosité générale. Un état de grâce qui ne touche pas l'ensemble de la filière.

La pêche professionnelle, connait des difficultés. Déclarée « persona non grata » par les élus des communes riveraines, l'aquaculture locale est isolée mais elle n'a pas dit son dernier mot ! Bien fédérée, elle défend ses marques avec des poissons certifiés comme la dorade biologique ou le loup Label rouge.

Crise ou pas, le mareyage et la transformation ont des cartes à jouer pour approvisionner une clientèle nombreuse, mais exigeante, qu'il faut savoir combler.

Reportage : Michel DEUFF

Au sommaire de ce dossier :

LA PÊCHE PEINE À EXISTER .... PAGE 94
INCERTITUDES SUR LE THON ROUGE .... PAGE 94
L'AQUACULTURE MANQUE D'AIRES ....PAGE 95
LE MAREYAGE S'ATTEND À UNE ANNÉE DIFFICILE.............. PAGE 96
PROFILMER TISSE SA COMMUNICATION...................... PAGE 96
LE NÉGOCE S'EN TIRE .... PAGE 100
PORTRAITS D'ENTREPRISES : CERVERA MARÉE, UHRENHOLT, SEABLUE, SOFRIMAR

La pêche peine à exister

Soumis aux aléas du temps, les débarquements sont irréguliers et les saisons touristiques capricieuses. Malgré une grande variété d'espèces fraîches, la pêche cherche les acheteurs.

L'année 2008 a frappé durement la flotte chalutière provençale. Sur les trois principaux sites de débarquement (Saumaty, Criée et OP de Port-de-Bouc), les apports ont accusé une baisse de 38 à 42 % en tonnage. Et les statistiques de 2009 ne semblent guère encourageantes. *« Il n'y a pas une sardine et l'anchois est de trop petite taille »*, résume Didier Devandeul, le directeur de l'OP-Copémart en lorgnant vers l'embouchure du Rhône qui ne joue plus son rôle habituel de nurserie. En criée, seuls les débarquements de petits merlus semblent réguliers. Mais faute d'un marché suffisant, les prix restent au plancher ou au niveau du retrait. Quand le poisson n'est pas tout simplement jeté !

Il y a aussi des choses que les statistiques ne disent pas. Habitués à « naviguer » entre la criée, leurs propres poissonneries et des mareyeurs qui promettent monts et merveilles, les patrons de chalutiers ne jouent pas collectif. Ce que Ludovic Richard, le directeur de la Criée de Port-de-Bouc, constate avec amertume. *« Ils se gardent la fleur du poisson et mènent le reste à la criée. Ce n'est pas comme ça qu'on fidélise les acheteurs ! »*

Michel Deuff

La vente à l'étal est irrégulière. Tout comme le pêcheur d'ailleurs, qui ne pose ou relève ses filets que lorsque la météo est propice.

Individualisme prononcé

Chaque chose ayant son revers, les patrons se retrouvent « bredouilles » lorsque le client habituel se fait plus rare. *« Ils ont du poisson, mais ils ont honte d'aller le proposer au marché de Saumaty où l'on ne les a pas vus depuis des lustres »*, témoigne un mareyeur. Un individualisme forcené qui a fait échouer toutes les tentatives de coopératives et d'organisation du marché.

Polyvalente, éparpillée et disparate, la petite pêche provençale connait d'autres problèmes. Répartie sur une côte morcelée, la flottille des « pointus » dépend de plusieurs facteurs difficilement contrôlables : la météo, le tourisme, la qualité de l'environnement et le marché de proximité. Quand tout va bien, les cours du poisson sont élevés : 15 à 20 € pour le rouget ou le loup sauvage, 10 € le kilo pour le congre ou le poulpe . Sur les quelques marchés bien achalandés de Carro, de Saint-Raphaël ou de Toulon. Mais en règle générale, la vente à l'étal est aussi irrégulière que la pêche dépendant des conditions climatiques. *« Au final, il manque du poisson en pleine saison pour satisfaire la clientèle, et en hiver, il peut rester à quai ! »* résume Jacques Hawrot patron d'un 12 mètres et prud'homme. Paradoxe de la pêche méditerranéenne : il y a des bateaux, du poisson, reste à trouver les acheteurs !

Le reste de la pêche connaît des hauts et des bas. C'est le cas sur les lagunes. *« En ce moment, ça va plutôt bien »*, affirme William Tillet, le prud'homme de Martigues. L'état de santé de l'étang de Berre s'est en effet beaucoup amélioré, et le poisson est revenu. Autres espèces phares : l'oursin et la telline. L'une et l'autre sont menacées soit par un braconnage endémique soit par la surpêche. Au point que les stocks de telline se sont carrément effondrés.

Les représentants professionnels savent que cela n'ira pas en s'arrangeant. La moyenne d'âge élevée des patrons et des navires démontre que le renouvellement n'a pas eu lieu.

INCERTITUDES SUR LE THON ROUGE

Toutes les observations le confirment : le thon rouge *Thymmus thynnus* semble très abondant à proximité des côtes. Mais le pêcher est une autre histoire ! Les règlements européens ont finalement eu raison de la thonaille (Ndlr : interdite depuis 2005, mais le dernier recours n'a été jugé que le 13 mars 2009) et les senneurs sont dans l'œil du cyclone. Ils étaient une centaine d'armements à pouvoir équilibrer leurs comptes avec cette espèce très prisée, mais seuls quelques-uns ont réussi leur reconversion grâce à un PPS (permis de pêche spécial) palangre ou de caneurs. Les ex-thonailleurs ne semblent pas décidés à baisser les bras. *« Ici, la pêche au thon est une activité ancestrale. Comment imaginer que nous puissions y renoncer »*, lance Patrick Bozonnat, président de la Coordination des pêcheurs. Ils ont obtenu des fonds européens et une enveloppe de la région PACA pour tester des modèles de filets de pêche au thon « non dérivants ». Expérimentés depuis avril avec Ifremer, ces « trémails encerclants » donnent des résultats encourageants. Mais il faudra encore patienter de longs mois avant de faire valider ces techniques de pêche. En attendant, les mareyeurs ont remplacé le thon rouge par des espèces moins médiatiques comme le thon albacore ou le thon obèse. Et les consommateurs, selon Bruno Laracca de Marée Phocéenne, s'adaptent assez bien à ce changement de thon.

Michel Deuff

Les mareyeurs remplacent le thon rouge par d'autres thonidés.

L'aquaculture manque d'aires

Première région française pour la production aquacole, la Provence est le théâtre de conflits entre les élevages de poissons et le tourisme.

Produire du poisson d'élevage dans une région qui en consomme énormément, cela tombe sous le sens. Les chiffres semblent donner raison à la petite dizaine d'entreprises essentiellement concentrées sur quatre sites méditerranéens. Leur production : une cinquantaine de tonnes sur les Îles du Frioul ; 450 t et 3,2 millions d'euros de chiffre d'affaire pour la baie de Toulon et Saint-Raphaël ; 1 100 t et 7,2 millions d'euros dans les Alpes-Maritimes ; et 1 500 t et 10 millions d'euros en Corse. Pourtant, à quelques exceptions près, la réalité des aquaculteurs est moins souriante.

Occupant un littoral voué au tourisme, ces professionnels sont accusés de le défigurer et de le polluer. Même ceux qui, comme Aquavar à Saint-Raphaël, produisent du label rouge ne sont pas épargnés. En témoignent les procès à répétition et les recours incessants des communes et des riverains. Aquavar a certes vu son autorisation d'exploitant être prolongée à plusieurs reprises, mais elle ne possède toujours pas d'ICPE (installations classées pour la protection de l'environnement). À Théoule, la société Cannes-Aquaculture est sous le coup d'un jugement en appel qui la condamne *« à démolir les installations de La Figueirette et à libérer le site dans un délai d'un an »*. La commune de Théoule ayant par ailleurs déposé une demande d'expulsion avec astreinte. Dans une ambiance aussi tendue, les dégâts causés par les tempêtes hivernales, les braconniers et autres sabotages seraient presque anecdotiques.

Pour s'adapter, les professionnels adoptent une attitude offensive : recherche d'un nouveau site sur la commune de Saint-Raphaël ; poursuite des démarches label rouge pour la daurade ; projet d'une écloserie à l'emplacement de l'ancienne base de Saint-Mandrier ; partenariats avec les Offices de tourisme… *« Les élus paraissent à l'écoute, mais bottent en touche lorsqu'il faut prendre une décision »*, se désole un exploitant varois. Quant aux pêcheurs professionnels, ils acceptent le poisson d'élevage, mais s'opposent à toute extension.

Et si, comme le pense Olivier Otto de la ferme Cachalot à La Seyne-sur-Mer, l'avenir était dans de petites installations, bien réparties sur le littoral et dédiées au marché de proximité ? Installé depuis 1992, l'aquaculteur gère l'une des cinq sociétés de la baie des Tamaris. Après l'échec commercial du maigre (*Argyrosomus regius*), reste le loup et la daurade soit ; une production de poissons de 300 g et 1,5 kg. Cela signifie les garder jusqu'à 4 ans en cage. Une référence et un savoir-faire pour les professionnels !

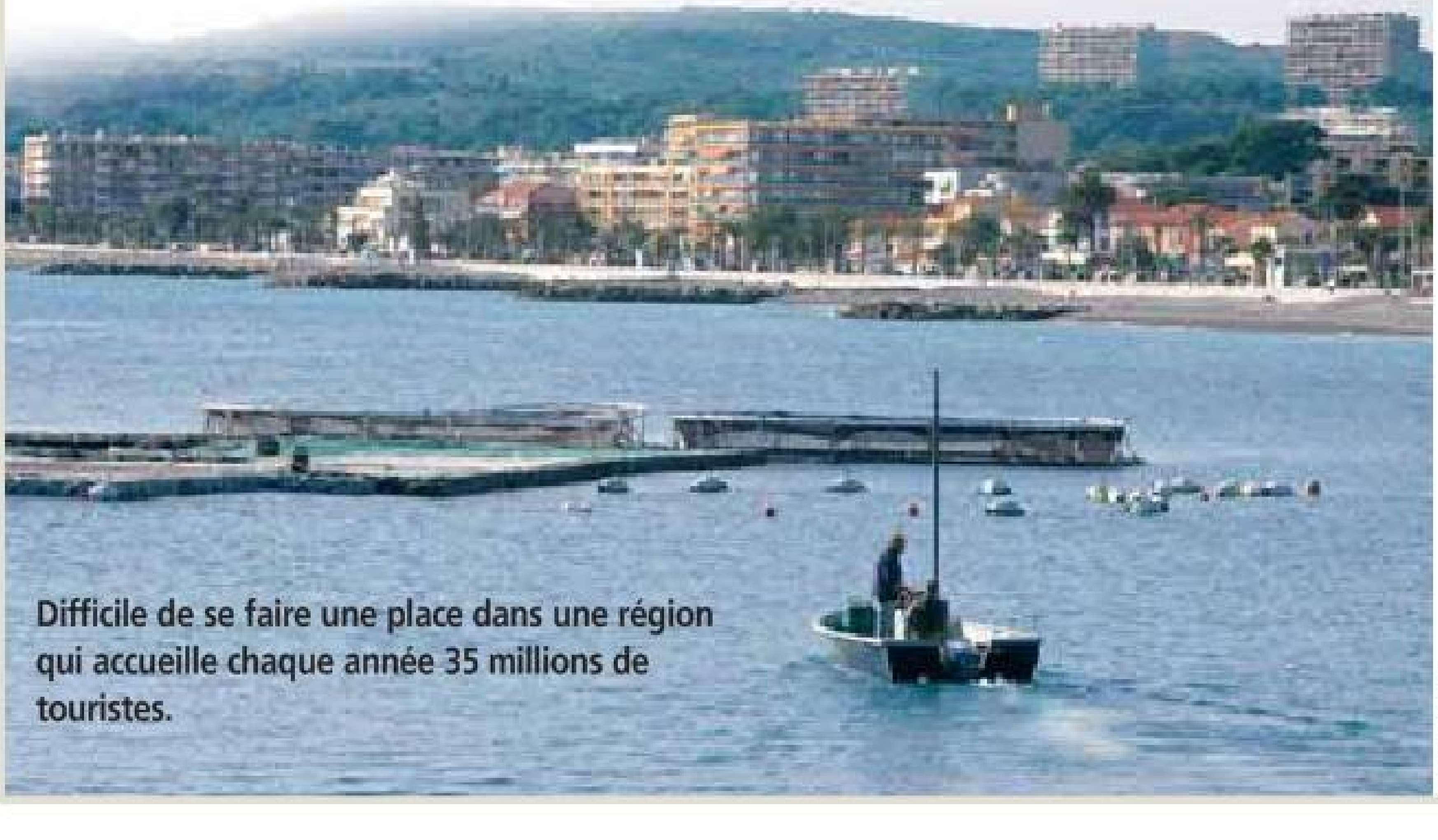
Michel Deuff

Producteur de loup et de dorade, Olivier Otto plaide pour une vie harmonieuse entre aquaculture et activités de loisirs.

Ici, et contrairement à la plupart des sites, les fermes sont construites sur des structures acier fixes. Elles sont entourées d'un plancher et de cabanes pour travailler le poisson. Des bâtiments qui accueillent aussi les touristes et les pêcheurs à la ligne. *« Cela permet de créer une véritable convivialité,* explique Olivier Otto. *Nous cherchons à développer ce segment avec les offices de tourisme en y organisant des dégustations de produits des fermes. »* Il milite également pour impliquer les aquaculteurs dans les festivités qui sont régulièrement organisées sur la côte. Le responsable de la ferme est formel. *« Les entreprises de cultures marines doivent s'efforcer de vivre en harmonie avec les populations. »*

LES COMMUNES VEULENT GARDER LA MAIN

Jalouses de leur littoral, les communes n'entendent pas en déléguer la gestion. D'une façon générale, les maires sont *« pour l'aquaculture »*. Mais ailleurs que chez eux ! Position qu'ils défendent en invoquant l'incompatibilité avec le tourisme, et l'image d'une mer réservée aux loisirs. Tourisme dont ils tirent d'ailleurs, une part significative de leur budget.


Difficile de se faire une place dans une région qui accueille chaque année 35 millions de touristes.

Michel Deuff

Cela n'ira sûrement pas en s'arrangeant. La pression sur le littoral s'accentue et surtout les exigences administratives liées à la protection de l'environnement s'alourdissent constamment. Deux tendances qui compliquent la réalisation de projets municipaux. Les élus entendent parler de concertation, de stratégies de développement, de schéma de mise en valeur de la mer… Mais ils constatent qu'avec l'administration, les discussions sont souvent à sens unique et que l'État pratique la politique du fait accompli. Alors, tous les acteurs semblent d'accord pour conserver les activités traditionnelles, mais de là à sacrifier du linéaire de côte pour le poisson d'élevage… (il y a un pas).

Le **mareyage** s'attend à une année difficile

Avec une consommation de produits de la mer en berne, les mareyeurs sont à la peine. Travailler des niches de clientèles de bons payeurs s'impose.

Michel Deuff

Les prix ont baissé de façon spectaculaire sur certaines espèces. Cela faisait dix ans que l'on n'avait pas vu de la sole à 8 €.

Dans la tourmente depuis un an, Marée Phocéenne, société de mareyage implantée à Port-de-Bouc, a été reprise par l'organisation de producteurs Copémart et trois entreprises de pêche, sous le nom de Phocéenne Aqua Ressources. Selon Didier de Vendeul, directeur de Copémart, «*la démarche est de pérenniser les structures portuaires. L'aquaculture, la pêche et le mareyage sont des activités complémentaires.*»

De son côté, Jean-Marc Lepape - qui dirige Mareyeurs du Sud-Est - parle lui aussi d'un contexte chahuté. *« Nous sommes dans une tendance baissière 2009 devrait se conclure avec – 20 % en volume »*. En 2008, il avait commercialisé 4 000 t de poissons et près de 100 t de crustacés.

Côté prix, le mareyeur observe une baisse d'environ 10% à la production. Une marge de manœuvre qui ne devrait pas durer. Il n'y a pas vraiment de surproduction.

Plusieurs facteurs se superposent. Le marché régional montre des signes de ralentissement avec une fréquentation touristique et une organisation de congrès en baisse très nette. Habitudes alimentaires obligent, le poisson est toujours au menu, mais les espèces proposées sont des produits moins chers. *« Le panier de la ménagère va continuer d'évoluer. Nous allons vendre davantage de poissons bleus cette année »*, résume Jean-Marc Lepape. Une chance pour les espèces de moindre valeur qui étaient boudées par le consommateur. Quelle marge reste-t-il ? *« Nous allons essayer de compenser avec un marché de niche dans la RHD que nous avions un peu négligé jusqu'à présent. »*

Pour sa clientèle hexagonale, le dirigeant de Mareyeurs du Sud-Est n'attend pas de miracle : *« Nous sommes déjà référencés dans pratiquement toutes les grandes surfaces. »* Le risque financier s'est accentué et plusieurs entreprises de la région - comme Hexa-Go récemment - en ont déjà fait les frais. Tous les acteurs du mareyage tentent de sélectionner les bons clients et d'exiger le paiement cash !

Pour passer le cap, le mareyeur niçois peut s'appuyer sur un outil entièrement renouvelé et une trésorerie saine. *« Nous allons réduire les frais au maximum* (Ndlr : quelques emplois supprimés) », explique-t-il. Début 2009, les deux sociétés associées Mareyeurs du Sud-Est et Cap Langouste ont fêté la fin de leurs travaux d'extension sur le MIN de Nice. Commencés en 2005, ces travaux comprennent la rénovation complète des viviers et une extension de 800 m² pour de nouveaux ateliers. Un investissement de plus d'un million d'euros et des équipements modernes, pour conserver vivants 15 tonnes de langoustes, homards et autres crustacés. La société niçoise a aussi augmenté la capacité de son laboratoire de cuisson, ainsi que la surface des locaux de stockage et de travail.

PROFILMER TISSE SA COMMUNICATION

Né de la contraction de Provence Filière Mer, Profilmer est le premier portail de l'interprofession en PACA. Mis en place et maintenu grâce au soutien sans faille de la région, Profilmer est avant tout « un club des bonnes volontés » comme le résume Didier Devandeul, directeur de l'OP-Copémart et initiateur du portail. « *L'objectif de Profilmer, c'est la communication* » précise-t-il. Telle une activité para-commerciale le portail sert de lien à la filière. Il est polyvalent. « *Il permet, par exemple, d'organiser une participation au salon de l'agriculture,* poursuit Didier Devandeul. *Il peut servir à faire de la pub dans les supports adaptés, où de relais aux entreprises qui innovent.* » Et de citer l'exemple récent des Belles de Marseille, ou l'histoire d'un mariage réussi entre producteur et conserveur. Juste retour des choses, les aides extérieures qu'elles peuvent recevoir, profitent au portail commun. Cela a été le cas avec les Belles de Marseille. Cela le sera prochainement avec la boutique en ligne du conserveur Ferrigno, ou pour les 50 ans de la société Marius Bernard.

profilmer.com

PROFILMER provence filière mer

Les professionnels de la filière mer se regroupent pour vous offrir le meilleur de la Méditerranée.

- CACHALOT SCEA
- CONSERVERIE AU BEC FIN
- COPEMART
- CRIÉE DE PORT DE BOUC
- FERRIGNO
- LOU MUJOU
- MARIUS BERNARD
- MICÉLI
- PHOCÉENNE AQUA RESSOURCES
- PROCACO
- PROVENCE AQUACULTURE

A très bientôt sur notre site !

Réalisation : MV COM

la mer, un monde de saveurs

Provence Filière Mer ● Anse de Saumaty 13016 Marseille ● info@profilmer.com ● www.profilmer.com

Portrait d'entreprise

Cervera prend la marée montante

Servir les grandes tables de la Côte d'Azur et la Principauté de Monaco est le challenge quotidien de Jérôme Cervera, patron de Cervera-Marée. En deux décennies, cet homme au caractère bien trempé a fait évoluer la poissonnerie familiale vers un statut d'entreprise de détail et de transformation. *« Notre cœur de cible, ce sont les GMS et la restauration haut de gamme »*. Jérôme Cervera peut à juste titre revendiquer *« une culture produit et une expérience du terrain »*. Des valeurs qu'il cherche à transmettre. À ses côtés, Frédéric Martin, directeur d'exploitation et responsable qualité, est là pour l'y aider.

Au fil des ans, des investissements judicieux ont tiré l'entreprise vers le haut. Une poissonnerie pour la vente au détail, un atelier de marée fraîche pour la transformation, et une unité d'emballage sont là pour répondre *« sur mesure »* à la demande de la grande distribution et de la restauration. Deux rampes de viviers modernes (10 m^3 chacune) servent au stockage des crustacés vivants. S'ajoutent des équipements de stockage et de logistique. *« Entre Hyères et Menton, nous avons entre 700 et 800 clients réguliers. »*

Affilié depuis 2006 au réseau national Créno, Cervera-Marée conforte son positionnement de *« spécialiste azuréen de la marée fraîche »* par quelques innovations remarquables. L'entreprise a d'abord mis au point un système de barquette d'une gamme prêt à cuire de poissons (loup, daurade, saint-pierre, queue de lotte, pavé de saumon) accompagnés de légumes. Placés en barquette cellulose d'environ 350 g et operculé, l'ensemble offre une DLC de 5 jours et va au four classique ou micro-ondes. Plus récemment, Cervera-Marée a sorti des pré-conditionnements de 2 à 6 kg en emballage carton et sous atmosphère (Biolind 15), operculé par film PE pour les poissonneries et la restauration.

Cervera Marée

Dirigeant : Jérôme Cervera (PDG), Frédéric Martin (directeur-exploitation)
Chiffre d'affaires : 8 millions d'euros
Effectifs : 35 salariés
Activité : Détaillant-transformateur de poissons, crustacés et mollusques (environ 700 t/an)

Michel Deuff

Jérôme Cervera et Frédéric Martin ont fait de leur activité avec les GMS et la RHD leur cœur de métier.

Portrait d'entreprise

Uhrenholt, confiant dans l'avenir

À peine installée à Aix-en-Provence, la filiale française d'Emborg a repris l'appellation Uhrenholt, signe d'une fusion réussie dans la holding. L'antenne du groupe danois, dirigée par Olivier Toussenel, est investie d'une mission commerciale : développer le marché des produits de la mer dans le grand sud-ouest européen (Suisse, France, Espagne, Portugal).

Et ce jeune Provençal expérimenté, passionné de bonne cuisine, réussit bien. *« Dès la première année, nos chiffres ont été meilleurs que prévus* (Ndlr : chiffre d'affaires 2008 : 21 millions d'euros). *Et nous avons confiance dans l'avenir, même si le marché espagnol est perturbé. »* Négociant généraliste, la filiale française d'Urhenholt peut s'appuyer sur le réseau et le savoir-faire du groupe (chiffre d'affaires : 700 millions d'euros). *« Nous travaillons avec des fournisseurs classés MSC (Marine Stewardship Council) et BAPC (Best Aquaculture Practices Certificate)*, explique Olivier Toussenel. *Ils sont généralement dans le Top Ten des producteurs, et c'est souvent sur la base de contrats d'exclusivités ou d'un partenariat de longue durée. »* Parmi eux, un producteur indonésien de crevettes d'élevage extensif pur. *« Nous sommes présents au Vietnam, en Inde, en Birmanie, ainsi qu'en Amérique du Sud où nous avons de grosses productions de* Vannamei. *Nous avons également un bureau en Chine, d'où nous importons du saumon, du colin d'Alaska, du cabillaud et de la crevette nordique, le tout labellisé MSC. »* Mais Uhrenholt mise désormais sur le prêt à consommer : *« Nous travaillons avec des producteurs de Thaïlande pour mettre au point des barquettes à base de poisson et de riz, des tex-mex poisson-fromage et de nouvelles gammes de brochettes pour la RHD. »*

Michel Deuff

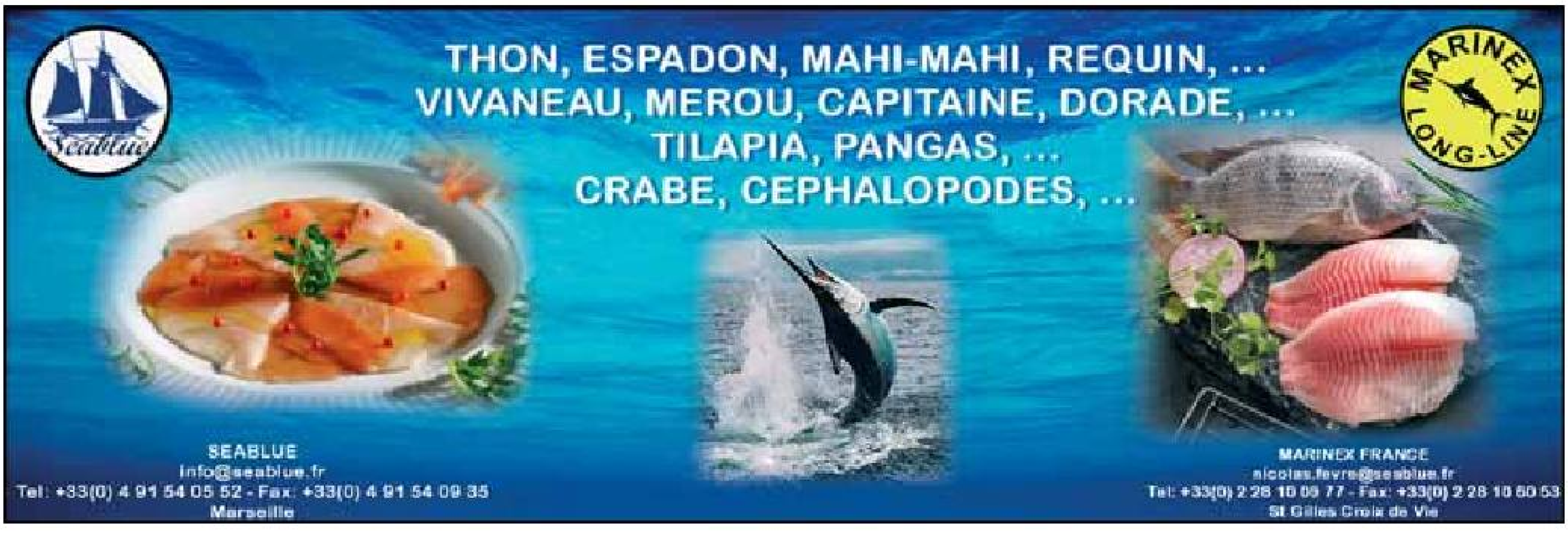
L'objectif Olivier Toussenel : 20 millions d'euros sur le marché français et 40 millions à l'export dans les prochaines années.

Urhenholdt (filiale française d'Emborg)

Dirigeants : Olivier Toussenel
Chiffre d'affaires : 1 million d'euros
Effectifs : 6 salariés
Activité : négoce.

Et si vous décidiez de faire confiance à des professionnels ?
25 ans d'expérience dans l'importation des produits de la mer congelés
+ de 200 références au catalogue :
TROPIC SURGELÉS
• POISSONS
• CRUSTACÉS
• MOLLUSQUES
• CÉPHALOPODES
• PRODUITS ÉLABORÉS
SOFRIMAR IMPORT - EXPORT
SPÉCIALISTE RHF et GMS
SOFRIMAR S.A
255 Avenue du Prado - LE PULLMAN - 13008 Marseille - France - Tel : 04 91 83 00 00 - Fax : 04 91 83 20 40
Mail : sofrimar@sofrimar.fr

Micéli
Anchois à la provençale
Anchois à l'orientale
Sardines au basilic
Anchois marinés
Z.I. Les Estroublans
11, rue de Berlin
13127 Vitrolles-en-Provence
FRANCE
Tél. : 04 42 89 07 54
Fax : 04 42 89 54 44
www.miceli.fr
e-mail : contact@miceli.fr
Les salades de la mer


THON, ESPADON, MAHI-MAHI, REQUIN, ...
VIVANEAU, MEROU, CAPITAINE, DORADE, ...
TILAPIA, PANGAS, ...
CRABE, CEPHALOPODES, ...
Seablue
MARINEX LONG-LINE
SEABLUE
info@seablue.fr
Tel: +33(0) 4 91 54 05 52 - Fax: +33(0) 4 91 54 09 35
Marseille
MARINEX FRANCE
nicolas.fevre@seablue.fr
Tel: +33(0) 2 28 10 09 77 - Fax: +33(0) 2 28 10 60 53
St Gilles Croix de Vie

Le surgelé à **nouvelle enseigne**

Les nouveaux concepts dédiés aux produits de la mer se multiplient dans la région, à l'instar du Marché de la mer ou Cabesto

Au pays de la bouillabaisse et des grillades de poissons, tous les moyens sont bons pour cajoler le consommateur. Prix en baisse pour les menus de la mer, restaurants à thèmes, espèces exotiques, cuisine allégée… Prêtes à innover, les super et hypermarchés s'engagent, à en croire le constat brossé pour Thomas Flajollet de Seablue, spécialisée dans les poissons des mers chaudes : mérou, vivaneau et daurade coryphène.

Implantée en Provence depuis quelques années seulement, l'enseigne Cabesto va aussi dans le sens de l'innovation. Après plusieurs années chez Décathlon, Olivier Kaufman son fondateur a voulu mêler plusieurs passions. Son concept ? Une entreprise traversant un univers - celui de la mer - et qui offre tout l'éventail des produits qui y sont rattachés. Il s'est d'abord installé en 2004 près de la mer, à Ollioules (Var). Dans un espace de 1 200 m², 8 000 produits et 14 000 références (sport, accastillage et produits alimentaires) tournent autour de la mer. Il dispose désormais de trois magasins, avec un effectif de 20 à 30 personnes et une école de formation. L'an passé, le chiffre d'affaires s'établissait aux alentours de 12 millions d'euros.

Michel Deuff

Sybile Blanès, a créé le Marché de la mer en septembre 2007 pour titiller les papilles des amateurs de poisson.

Si le congelé m'était conté

L'initiative de Sybille Blanès montre que d'autres créneaux existent. Une « anthologie » des produits de la mer congelés : voilà ce que l'on trouve dans sa boutique Le marché de la mer, à Auriol ! Elle mise sur la diversité, afin de s'adapter à toutes les bourses et à tous les goûts. Par exemple, en crevettes tropicales, la boutique propose *Monodon*, *Vannamei* ou *Pleoticus*. La différence n'est pas forcément à chercher entre sauvage et élevage, l'origine suffit parfois pour juger de la qualité.

Des questions sur la taille ? La façon de les cuisiner ? Sybile Blanès est là pour ça ! Cette jeune femme enjouée a accompagné son mari, importateur de produits de la mer, un peu partout dans le monde. *« J'ai beaucoup de plaisir à parler avec les clients, et eux sont avides de savoir et d'apprendre »*, confie la spécialiste des poissons. Heureusement, car le consommateur ne sait pas cuisiner le hoki, le mérou, le turbo sauvage ou la daurade coryphène. La commerçante en produits de la mer surgelés est là pour gommer l'image négative du congelé dont les techniques de pêche et d'acheminement sont adaptées à nos exigences en termes de sécurité alimentaire. *« On risque souvent moins à consommer un poisson qui a été congelé aussitôt pêché qu'un poisson frais qui a subi des variations de température. »*

Son « Marché de la mer » offre près de 300 références, et Sybile Blanès a mis l'accent sur une transparence totale grâce notamment à un étiquetage indiquant l'espèce, la provenance et le mode de production. *« Il y a une différence fondamentale entre la morue d'Atlantique* (Gadus morhua) *et celle du Pacifique* (Macrocéphalus). *Même chose pour le saumon, le merlu ou l'anchois. Il faut que le consommateur le sache. »* La boutique de Sybile permet donc au consommateur lambda de se faire plaisir à moindres frais, avec des petits conditionnements (de 300 g à 1 kg). Avec du dos de hoki à 9,80 €, du mérou de Méditerranée à 9 €, du pavé de coryphène à 4,60 €, les prix restent très raisonnables. Quant au turbo sauvage, au flétan ou au vivaneau, vous pouvez toujours essayer de les trouver ailleurs ! En offrant au consommateur des produits réservés jusqu'alors réservés à l'import-export, Sybile a déniché un nouveau créneau. Sera-t-elle copiée ou imitée ? Pas si sûr !

Le Sud, terre de négoce

L'image de la Provence attire autant les consommateurs de produits de la mer que les entreprises de négoce. Le cadre de vie, ainsi que les relations historiques qu'entretient la Provence avec les pays producteurs y pèsent pour une large part. Ces sociétés d'import-export sont concentrées à Marseille (quartier du Prado), à Nice, à Aubagne, Menton ou dans les environs de ces métropoles. L'essor fulgurant de la filière logistique est bien sûr un atout. Il compense la piètre image du port de Marseille, et permet à son hinterland d'être une plaque tournante. Ainsi, l'an passé, le fret transporté par l'aéroport Marseille-Provence a battu les records avec 45 000 t (+ 8 %) Sur cette part, le « général cargo » de poisson frais ou de crustacés représente un millier de tonnes, et connaît la même tendance. Au niveau national, l'aéroport Marseille-Provence se positionne comme la référence pour l'acheminement de produits de la mer.

PdM
PRODUITS DE LA MER

Le *magazine phare* de la filière Produits de la Mer

Tout ce que vous voulez savoir sur les produits de la mer (frais, transformés, congelés, production, distribution etc.) en France et à l'étranger.

TOUS LES 2 MOIS
Pour seulement 91 €, vous recevrez :*

6 numéros bimestriels

+ **L'ANNUAIRE DES PRODUITS DE LA MER**
  - 15 000 adresses de transformateurs, grossistes, centrales d'achat, ostréiculteurs, fournisseurs

+ **LE NUMÉRO SPÉCIAL HUÎTRES ET MOULES**

+ **LE TOP 100 DES ENTREPRISES**
  - Le classement et les résultats des 100 premières entreprises françaises de transformation et de négoce de produits de la mer

ABONNEZ-VOUS...

Oui, je désire m'abonner à Produits de la Mer

Société ....

Mlle ☐ Mme ☐ M ☐ - Nom - Prénom ....

Adresse (ZAC, ZI) .... (Rue, Voie) ....

(BP, CS) .... Code postal .... Ville .... Pays ....

Tél. .... e-mail. .... Fax ....

N° TVA intracommunautaire ....

Carte bancaire* |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_| |_|_|_|_| Date exp. |_|_|_|_|

*Nous consulter par téléphone

SIGNATURE OBLIGATOIRE :

*FRANCE 91 €
CEE 112 €
AUTRES PAYS 126 €

Renvoyez ce bon avec votre règlement par chèque bancaire ou par virement à :

PRODUITS DE LA MER • SERVICE ABONNEMENTS • CS 46305 - 35063 RENNES CEDEX

TÉL. 02 99 32 58 46 - FAX. 02 99 41 89 57

Portrait d'entreprise

Seablue offre l'exotisme

Si vous voulez goûter au thiof, au capitaine, aux diverses variétés de vivaneau, au milkfish ou à la daurade coryphrène, passez donc par la case Seablue à Marseille. Créée il y a 8 ans - pour commercialiser le poisson aux Antilles et sur le marché ethnique français - cette société d'import-export a trouvé son positionnement. *« Notre secteur d'origine nous a poussés à approfondir nos connaissances sur les cultures des pays. À partir de là, nous avons développé notre activité sur un marché français généraliste »*, explique Thomas Flajollet, le directeur de Seablue. *« La spécificité de l'entreprise reste le poisson des mers chaudes. Des espèces pour lesquelles nous avons développé un savoir-faire : zones et techniques de pêche, saisonnalité, variétés, congélation… »* Incollable sur les différentes variétés de vivaneau (il en existe près d'une cinquantaine), Thomas Flajollet souligne *« qu'il y en a pour tous les goûts, et pour chaque ethnie »*. Les Antillais sont de grands spécialistes de *Lutjanus purpureus* ou *sanguinarius* qu'ils savent cuisiner à merveille.

Michel Deuff

Thomas Flajollet : « *Seablue s'est spécialisé en espèces d'eaux chaudes* »

Désormais adulte, Seablue, a commercialisé 6 500 t de produits de la mer en 2008. Depuis un an, la société charentaise Marinex (produits cuisinés pour la RHD) a été intégrée avec succès. Et Seablue y a gagné une base logistique à Saint-Gilles-Croix-de-Vie. *« Nous approvisionnons une clientèle très diversifiée en gros ou semi-gros, dont Pomona, Métro et Cabesto. »* Positionné comme leader dans sa spécialité sur le marché français, Seablue s'étend peu à peu dans toute l'Europe. Son espèce phare est la daurade coryphène. Commercialisée sous différentes formes (entière vidée, en longe, en filets), elle représente 900 t chaque année. Les thonidés (thon albacore ou germon) suivent avec un peu plus de 500 t. *« Nos sources d'approvisionnement sont extrêmement variées. Cela va des palangriers de Tahiti, aux élevages du Vietnam en passant par la petite pêche africaine. »*

Seablue

Dirigeant : Thomas Flajollet
Chiffre d'affaires : 21 millions d'euros
Effectifs : 13 salariés
Activité : Commerce de gros de poissons, crustacés et mollusques (6 500 t/an)

Portrait d'entreprise

Sofrimar fidélise ses clients

Dans la grande famille provençale des sociétés importatrices de produits de la mer, Sofrimar a fait sa place aux côtés d'une clientèle fidèle. Cœur de cible : le marché national de la RHF, les grandes surfaces et les industriels de la transformation. Depuis deux ans, l'entreprise s'est prudemment engagée à l'export sur le Maghreb. *« Pas question de prendre des risques inconsidérés »*, souligne Mikele Bartolini. Paiement cash de rigueur.

Sofrimar est référencée dans toutes les grandes enseignes et sa gamme se compose de plus de 200 produits. Installée à Marseille sur le prestigieux boulevard du Prado, Sofrimar commercialise chaque année environ 3 000 t de poissons et de crustacés sous toutes ses formes. Jeune directeur général de cette société familiale, Mikele Bartolini a repris les rennes d'une entreprise pionnière. Celle-ci a été créée il y a tout juste 25 ans par Claude Luciani. Les fournisseurs de Sofrimar sont répartis sur une quinzaine de pays dans le monde, principalement le sud-est asiatique, l'Amérique du Sud et l'Afrique de l'ouest. *« Nous sommes très impliqués dans les crustacés, sous toutes leurs formes. Ils représentent un tiers du tonnage, mais plus de la moitié du chiffre d'affaires »*, indique Mikele Bartolini. Pour partie, ces produits sont commercialisés sous les marques déposées de Sofrimar (Tropic-surgelés, Trésor Océans ou Lagon).

À l'heure où la crise exacerbe les interrogations sur l'avenir de la filière, le point de vue de Mikele Bartolini interpelle *« Même si nous sommes habitués aux difficultés, notre métier devient très compliqué et les aléas se multiplient. Nous avons la chance d'avoir un portefeuille de clients très diversifié… Et d'être persuadé que les gens n'arrêteront pas de manger du poisson. Mais les turbulences du marché réduisent déjà nos marges, et il y aura sûrement pas mal de casse. »*

Sofrimar

Dirigeant : Mikele Bartolini (directeur général), Claude Luciani (président du conseil de surveillance)
Chiffre d'affaires : 15 millions d'euros
Effectifs : 8 salariés
Activité : grossiste en produits de la mer (3 000 t/an).

Michel Deuff

Mikele Bartolini espère résister à la crise grâce notamment à « *son portefeuille de clients très diversifié* ».

Juin 2009

Seafood Russia 2009
2 au 4 juin 2009 à Moscou
(Russie)
Renseignements :
Tatiana Zenina
Tél. : +7 495 666 22 40
zenina.tatiana@eme-russia.com
www.seafood-russia.ru

Vietfish 2009
12 au 14 juin 2009 à Saïgon
(Vietnam),
L'association vietnamienne des exportateurs et producteurs organise un des plus gros salons asiatiques.
Renseignements :
Tél. : 84 08 628 10 442
Fax : 84 08 628 10 450
www.vietfish.com.vn

Polfish
16 au 18 juin 2009 à Gdansk
(Pologne),
salon de la pêche et des produits de la mer
Renseignements :
Monika Juszkiewicz
Tél. : (+ 4858) 554 93 62
Fax : (+ 4858) 554 91 17
juszkiewicz@mtgsa.com.pl
www.polfishfair.pl/

Global Food Alaska 2009
10 et 11 juin 2009 à Soldotna (Alaska),
salon de l'agroalimentaire
Renseignements :
Tél. : +1 907 563 0154
show@globalfoodcollaborative.com
www.globalfoodcollaborative.com

Molluscan Shellfish Safety
La 7e Conférence internationale sur la salubrité des coquillages se tiendra à Nantes du 14 au 19 juin
Renseignements :
Tel : +33 (0) 2 40 37 41 92
Fax : +33 (0) 2 40 37 40 73
icmss09@ifremer.fr
www.icmss09.com

Juillet

Japan International Seafood & Technology Expo
22 au 24 juillet 2009 à Tokyo (Japon), salon international des produits de la mer et des nouvelles technologies
Renseignements :
Tél. : +81 3 5775 2855
Fax : +81 3 5775 2856
contact@exhibitiontech.com
www.exhibitiontech.com/seafood/e_tokyo_index.html

Août

Aquaculture Europe 2009
14 au 17 août à Trondheim Norvège
Conférence internationale et exposition
www.easonline.org

Aqua Nor
20 août à Trondheim (Norvège), le forum aquacole fête son 30e anniversaire.
mailbox@nor-fishing.no
www.nor-fishing.no

Septembre

Pacific Tuna Forum 2009
2 et 3 septembre à Port Moresby (Papouasie Nouvelle-Guinée)
Conférence et exposition de l'industrie thonière du Pacifique
Tél. : (603) 2078 3466
Fax : (603) 2078 6804
infish@po.jaring.my
http://www.infofish.org/PTF2009/index.html

World Fishing Exhibition - Vigo 2009
16 au 19 septembre 2009, à Vigo (Espagne), salon international des produits de la mer
Renseignements :
José Francisco Alfaya
jfa@worldfishingexhibition.com
Tel. +34 986 447 485
www.worldfishingexhibition.com

Aqua Farming International - Vigo 2009
16 au 19 septembre 2009, à Vigo (Espagne), salon international des produits issus de l'aquaculture
Renseignement :
José Francisco Alfaya
jfa@worldfishingexhibition.com
Tel. +34 986 447 485
www.aquafarminginternational.com

World Aquaculture 09
Les nouvelles dates de ce salon aquacole à Veracruz (Mexique), associé aux journées de la World aquaculture society sont du 25 au 29 septembre 2009.
Renseignements :
Mario Stael
www.was.org

Octobre

Conxemar
6 au 8 octobre 2009 à Vigo
Renseignements :
Tél. : +45 9935 5555
Fax : +34 986 221 174
conxemar@conxemar.com
www.conxemar.com

International Fishery Congress
8 au 10 octobre 2009 à Vladivostok (Russie), forum spécialisé sur les pêcheries du Pacifique
Renseignements :
Sergey Otletov
seafoods@primorsky.ru

Anuga
10 au 14 octobre 2009 à Cologne (Allemagne)
Renseignements :
Tél. : +49 221 821 2214
www.anuga.com

Dubai Internacional Seafood Expo 2009
12 au 14 octobre à Vigo à Dubai, Émirats Arabes Unis
Renseignements :
Tél. : +971 4 298 7730
orangex@emirates.net.ae
ww.orangefairs.com

Itech'Mer
22 au 24 octobre 2009 à Lorient (France), salon de la pêche et de la transformation
Renseignements :
contact@itechmer-lorient.com
www.itechmer-lorient.com

Novembre

Expo Pesca 2009
12 au 14 novembre à Lima (Pérou),
salon de la pêche et de l'aquaculture
Renseignements :
Tél. : +511 344 4386
thais@amauta.rcp.net.pe

Own Label Show
25 et 26 novembre à Londres,
salon de la marque de distributeur
au Royaume-Uni
Renseignements :
+44 (0) 20 8863 3606
info@ownlabelshow.co.uk
www.ownlabelshow.co.uk

Février 2010

40e MIA
21 au 24 février à Rimini (Italie), salon alimentaire pour la restauration hors domicile
Renseignements :
Chambre de commerce italienne de Lyon
Guillaume Pinatel : g.pinatel@ccielyon.com

Mars

Alimentaria 2010
22 au 26 mars à Barcelone (Espagne),
salon agroalimentaire international.
Renseignements :
Fax +34 93 452 18 01
www.alimentaria-bcn.com

Séminaires et formations

Organisé par Adria Développement

Renseignements : Céline Trevien
Tél. : 02 98 10 18 50
Fax : 02 98 10 24 46
celine.trevien@adria.tm.fr
www.adria.tm.fr

- Allergènes et HACCP
  13 et 14 octobre à Nantes
- Corps étrangers et HACPP
  24 septembre à Nantes
- Conduite du nettoyage désinfection en IAA
  25 et 26 novembre à Nantes
- Le « paquet hygiène »
  17 septembre à Rennes
- Audit sécurité des aliments
  22 et 23 octobre à Rennes
- Conduite et optimisation de l'HACCP
  2 et 3 juillet à Toulouse
  21 et 22 octobre à Nantes
- Maîtriser les bases de l'analyse sensorielle
  17 au 19 novembre à Paris
- Stabilisation des sauces et produits apparentés
  29 et 30 septembre à Quimper
- Conduite de l'autoclave en IAA
  20 au 22 octobre à Quimper
- Améliorer la conservation des aliments par la formulation et l'emballage
  18 et 19 novembre à Paris
- Hygiène des surfaces : focus sur la validation des opérations de nettoyage désinfection
  19 novembre à Rennes
- L'ère du cosom'acteur : un nouveau mode de consommation des produits alimentaires
  3 décembre à Paris
- Arômes et colorants en IAA
  10 et 11 décembre à Paris

Organisés par BUREAU VERITAS

Renseignements : Anne Clamens
Tél. : 02 99 23 30 79
Fax : 02 23 46 73 52
anne.clamens@fr.bureauveritas.com

- Auditeur interne sécurité des denrées alimentaires (2 jours)
  Les 18 et 19 juin à 2009 Avignon

Seafood Summit 2010

Du 31 janvier au 2 février 2010, l'Alliance produits de la mer organisera son forum annuel à Paris. L'organisation veut réunir les professionnels de l'industrie du poisson et les environnementalistes afin de faire le lien entre les dernières recherches scientifiques et la réalité du marché. Objectif ambitieux puisqu'il s'agit de développer des solutions garantissant la pérennité et la diversité des approvisionnements.

L'Alliance accepte maintenant les propositions de présentations, panels et ateliers pour le *Seafood Summit* 2010. Les acteurs de la filière, les professionnels de la gastronomie, les organisations environnementales, les décideurs politiques, les spécialistes en communication, en économie ou ceux du domaine de la santé sont invités à proposer des interventions sur des sujets liés au développement d'un marché des produits de la mer durables, en mettant particulièrement l'accent sur le thème de cette année, *« Pensons autrement dans un monde en évolution ».*

Tél. + 33 2 97 00 00 00
www.seafoodchoices.org

Du 16 au 18 septembre
Tous à Vigo !

Outre Bruxelles et son Seafood, Vigo est l'autre événement majeur de l'univers des produits de la mer en Europe. World Fishing Exhibition (WFE) se positionne comme un carrefour de négoce de poissons, mollusques et crustacés surgelés essentiel dans l'approvisionnement du marché européen. Cette année, WFE fait une large place à l'aquaculture en doublant l'évènement avec Aqua Farming International. Le thème des conférences organisées par l'European Aquaculture Society (EAS) et l'Association des aquaculteurs espagnols (Apromar) pose une question clé : l'aquaculture est-elle une alternative durable à la pêche ?

www.worldfishingexhibition.com

Thierry Nectoux

AU SOMMAIRE
DU PROCHAIN NUMÉRO

PdM PRODUITS DE LA MER

CONSERVES DE SARDINES

Lionel Flageul

SAUMON FRAIS

SURGELÉS

TRAÇABILITÉ-RFID

VIETNAM

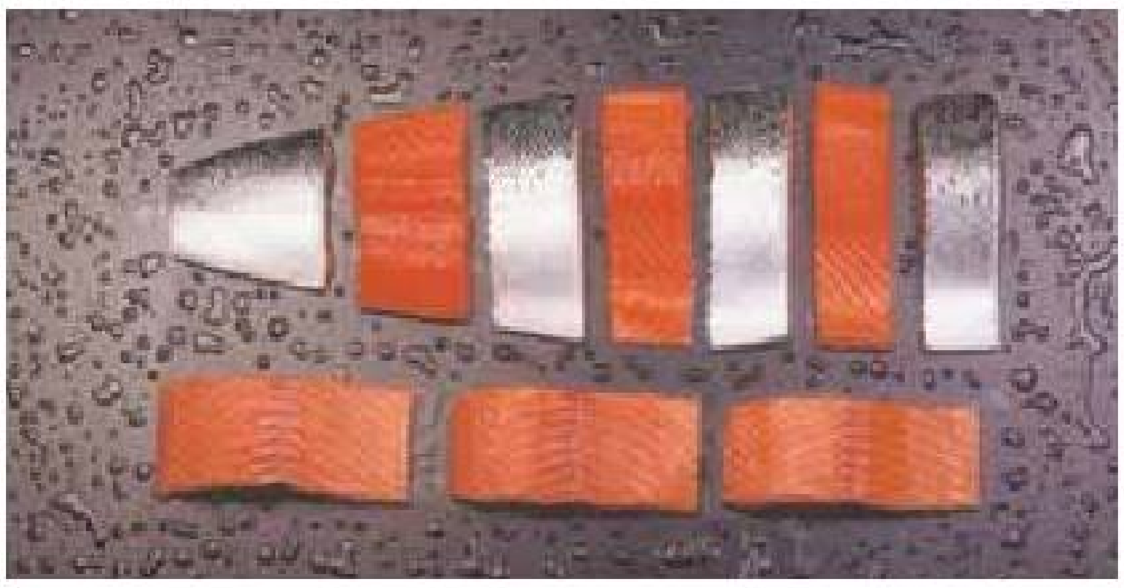
BAUDROIE

NORD-PAS-DE-CALAIS

Lionel Flageul

CANNED SARDINES

FRESH SALMON



D.R.

FREEZING PROCESS

TRACABILITY AND RFID

VIETNAM

Stéphane Gallois

MONKFISH

NORTH-PAS-DE-CALAIS

NEXT ISSUE'S
SUMMARY

CETTE PRÉVISION DE SOMMAIRE PEUT ÊTRE MODIFIÉE EN FONCTION DE L'ACTUALITÉ.

RÉSERVEZ DÈS À PRÉSENT VOTRE ESPACE PUBLICITAIRE

AUPRÈS DE RÉGINE AU **33 (0) 2 99 32 58 44**

(DATE LIMITE DE RÉCEPTION DES ÉLÉMENTS POUR UNE PARUTION DANS LE NUMÉRO DE AOÛT-SEPTEMBRE : LE 10 JUILLET 2009)

BOOK NOW YOUR ADVERTISING SPACE BY CALLING REGINE ON +33 2 99 32 58 44

A

Adriatic
& Sea Aquarium Equipment .... p 55
ASMI .... p 25 et 48

B

Barbé.................................... p 43

C

Cocci Luciano .... p 19
Codfarmers............................... p 31
Connemara Seafoods .... p 38
Continental Seafood....................... p 55
Coquillages Mer Méditerranée
(O2Mer) .... p 41
Cornic.................................... p 27
Coudène .... p 29
Coutant (Aquariums) .... p 53

D

Delta Mossel .... p 38
DSM Nutritional Products .... p 53

E

East China Seas........................... p 83
Edulis.................................... p 47
Eurocontact................................ p 7

F

FDM .... p 67
Fisheries Trade Magazine
of Viet Nam .... p 85
France Agro Industries.................... p 65
Freshpack .... p 33

G

Galix Sea Foods Production .... p 65

H

Hallvard Leroy............................ p 22
Heiploeg Group .... p 58
Hottlet................................... p 51

I

Ishida.................................... p 21
Isobox.................................... p 83

K

Kennemervis .... p 31
Klaas Puul .... couv 2
Krijn Verwijs .... p 43
Krustanord .... p 63

L

La Monégasque-Vanelli .... p 13
Ledun-Pêcheurs d'Islande............ couv 1 et p 11

M

Marine Harvest............................. p 75
Médithau .... p 45
Micéli..................................... p 99
Moule de Bouchots de la Baie
du Mont Saint-Michel .... p 79
Moulexport................................. p 43
Mulot...................................... p 37
Mytilea.................................... p 37

N

Norfra..................................... p 27
Normandie Fraîcheur Mer .... p 17

P

Prins & Dingemanse .... p 35
Produits de la Mer de Norvège .... couv 4
Provence Filière Mer........................ p 97
Proviviers .... p 69

R

Rooney Fish................................ p 69

S

Saumon Ecossais............................ p 72
Savimer .... p 17
Sea Products of Scotland .... p 77
Sea Tech France .... p 55
Seablue .... p 99
Seafresh............................. p 57 et 87
Sofrimar................................... p 99

U

Unima .... p 61

V

Vette & Verhaart............................ p 47
Viviers de Roscoff......................... p 17

* Pour joindre directement vos correspondants à Rennes, composer le **02 99 32** puis les quatre chiffres qui suivent chaque nom.
E-mail : pdm@infomer.fr
Site : www.infomer.fr

Directeur de la publication, responsable de la rédaction :
Rodolphe de LOYNES

Secrétaire général :
Patrick BERNARD

Rédaction en chef : **Céline ASTRUC (5892)**
Journaliste : **Bruno VAUDOUR (5877)**
Secrétaire de rédaction : **Jean-Marie LEGAUD**

Secrétariat : **Laëtitia MEDER (5880)**

Rédaction
RENNES : 13 rue du Breil, CS 46305, 35063 Rennes cedex
Tél. : 02 99 32 58 77 - Fax : 02 99 32 58 88

Ont collaboré à ce numéro :
Textes : **Bernard Jégou, Michel Deuff, Dominique Guillot, Benoit Lobez, Nicki Holmyard, Hélène Scheffer, Anne Caroline Renard, Jacques Le Meur, Bertrand Tardiveau, Philippe Urvois**
Photos : **Lionel Flageul, Thierry Nectoux, Stéphane Gallois, Jean-Christophe Lespagnol, Jean-Marie Legaud, Stéphane l'Hote.**
Traductions : **Ian Powys, Catherine Roussey, André Astruc.**

Publicité
Directeur de publicité : **Marc LE GUILLOU**

Chef des ventes : **Yves BOLLOT (02 99 32 58 45)**

Chef de publicité :
Catherine LE PENHUIZIC (02 40 50 76 17)

RENNES : 13 rue du Breil, CS 46305,
35063 Rennes cedex
Fax : 02 99 41 89 57

Assistante de publicité :
Régine LE CHENADEC (5844)

Fabrication
Chef de fabrication : **Ghislaine CARDIN (5864)**
Adjointe/Graphiste : **Marine CAU (5813)**
Mise en page PAO et conception publicitaire (5865) :
Anne CAILLET, Laurence FORGET, Jean-Luc HOUDAYER, Myriam LE BER

Comptabilité
Martine LE ROUZIC (5843)
Patricia GUILLOUX (5613)

Abonnements
13 rue du Breil, CS 46305,
35063 Rennes cedex - Tél. : 02 99 32 58 46
g.lesager@infomer.fr
(Joindre le règlement à la commande)
Produits de la mer est édité par : INFOMER SA
Société à conseil de surveillance et directoire au capital de 195 920 €

Promotion - Diffusion
Françoise ANDERSON (5838)

Conseil de surveillance
Président : **Philippe TOULEMONDE**
Vice-Président : **François-Xavier HUTIN**
Membres : **Maurice BENOISH, Jean-Luc de FEUARDENT, Joël GAUVAIN, Benoît LE GOAZIOU, Claude TARIN, Antoine de TARLÉ**

Directoire
Président : **Rodolphe de LOYNES**
Vice-président : **Patrick BERNARD**

Principaux actionnaires :
OUEST-FRANCE
Crédit maritime investissement
Crédit maritime Finistère
Commission paritaire : **1108T85270**
Numéro ISSN : **1150 7680**
Dépôt légal : 2e trimestre 2009
Périodicité : bimestrielle

Impression
Imprimerie BARNEOUD - LAVAL

ABONNEZ-VOUS À PdM

Oui, je souscris à votre abonnement et je recevrai :

l'*Annuaire des Produits de la Mer,*
+ le *spécial Huîtres et Moules,*
+ le *Top 100 des entreprises,*
+ un an d'abonnement à la revue *Produits de la Mer*

FRANCE* 91 €
CEE 112 €
AUTRES PAYS 126 €

LE TOUT POUR SEULEMENT 91 €

Société ....
Nom - Prénom ....
Adresse ....
Code Postal .... Ville ....
Pays .... Tél. .... Fax ....
N° TVA intracommunautaire ....
CARTE BANCAIRE * ______ ______ ______ ______
DATE EXP __ __ *Nous consulter par téléphone

RENVOYEZ CE BON AVEC VOTRE RÈGLEMENT **À PRODUITS DE LA MER - SERVICE ABONNEMENTS**
CS 46305 - 35063 RENNES CEDEX - FRANCE - TÉL. : 02 99 32 58 46 - FAX : 02 99 41 89 57

Toute l'actualité des produits de la mer

en ligne sur **www.infomer.fr**

Retrouvez...

PdM
PRODUITS DE LA MER

Campagne Presse
Cabillaud de Norvège
en avril / mai
Encore
+ de 3,5 millions
de contacts* touchés
* Femmes 25/49 ans CSP +
Campagne Presse
Saumon de Norvège
en avril / mai
+ de 20 millions
de contacts* touchés
* Ménagères avec enfants
Sponsoring TV TF1
Saumon de Norvège
en mars / avril
LA ROUE DE LA FORTUNE
GREY'S ANATOMY
LAS VEGAS
+ de 105 millions
de contacts* touchés
* Ménagères de moins de 50 ans
Un site dédié avec
des idées recettes
www.poissons-de-norvege.com
...ET EN PLUS
UN KIT PLV COMPLET
POUR ANIMER VOTRE RAYON !
Moi, pour booster mon rayon
poissonnerie en 2009, j'utilise
LA METHØDE
NORVEGIENNE
NORGE
PRODUITS DE LA MER DE NORVÈGE
Saumon & Cabillaud de Norvège
suivez la méthode fraîcheur & plaisir
www.poissons-de-norvege.com
© 2009 – NORGE / NSEC – Conception et réalisation : Le Public Système Marketing & Digital – 602 063 323 RCS Nanterre – Crédits photos : Getty Images